



GOURMET

Año 02 | N° 21 | 2025

Eduardo Chadwick

LA SEÑAL DEL LEGADO



UNA ETIQUETA QUE CELEBRA

ORGULLO Y CARÁCTER EN UNA
TIPOGRAFÍA QUE REPRESENTA
LA DIVERSIDAD Y PLURALIDAD
DE LA CULTURA PERUANA.

DE VENTA EXCLUSIVA EN WONG.

T O M A R B E B I D A S A L C O H Ó L I C O S

INTIPALKA
2025

BORN
IN PERU



INTIPALKA

C A S E N E X C E S O E S D A Ñ I N O



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLI



Segura Viudas

RESPECTO POR LAS RAICES

CAS EN EXCESO ES DAÑINO

La urna vacía

Se acerca otro ciclo electoral en Perú, un país que ama la fiesta democrática y desprecia, en el mismo acto, el sufragio. Frente a la urna se alinean decenas de partidos con miles de aspirantes —la última contabilidad oficial habla de más de cuarenta organizaciones habilitadas, muchas con firmas falsas o afiliaciones dudosas—. Esta proliferación evidencia no solo una dispersión política, sino una alarma cultural: un sistema en el que la ciudadanía vota sin convicción y los postulantes prometen sin plan alguno. La política se ha vuelto un fácil botín, la representación un cheque abierto, y el sentimiento cívico una etiqueta vacía. Los peruanos han normalizado la mediocridad electoral.

En ese escenario, se distinguen actores que, lejos de renovar, consolidan el desgaste institucional. Fuerza Popular, con su retórica de estabilidad autoritaria y su práctica de presionar órganos de control, ha sido denunciada por la Fiscalía de la Nación por prácticas antidemocráticas, manipulación de resultados y vínculos con colectivos agresivos. Alianza para el Progreso (APP), por su parte, ha oftalmado el poder estatal como una franquicia familiar, tramando nombramientos y alianzas bajo el manto del negocio político. Y Perú Libre, bajo la bandera de la reivindicación, ha impulsado reformas institucionales que muchos califican como regresivas y peligrosas para el Estado de derecho.

En conjunto, estas agrupaciones han corroído el parlamento, degradado la política pública y sembrado desconfianza al anteceder las campañas electorales. El daño es también legislativo: el actual Congreso aprobó al menos ocho leyes calificadas como 'pro-crimen', que debilitan instrumentos claves contra la organización criminal, limitan la detención preliminar, reducen la efica-

cia de la colaboración eficaz, y trasladan investigaciones al ámbito policial en lugar del fiscal. Más aún, el Consejo Fiscal advirtió que solo en el periodo 2021-2026 se aprobaron 101 leyes por insistencia que representan un costo fiscal de casi 36 mil millones de soles, comprometiendo el presupuesto público y el futuro económico.

Este cocktail de normas favorecedoras de impunidad y gasto descontrolado nos acerca peligrosamente a replicar modelos de crisis financiera, estatismo excesivo y pérdida de soberanía que otros países ya vivieron. La ciudadanía, hastiada, se resigna a elegir entre lo malo y lo peor. El mitin del voto deja de ser acto de pertenencia democrática y se convierte en una estrategia defensiva: 'al menos que no gane la izquierda radical', 'al menos que no vuelva la estatización salvaje', 'al menos que no resurja un caudillo sin mandato', se dice. Y ahí aparece Keiko Fujimori, símbolo de esa dualidad: lo que se rechaza y lo que se teme, obligándonos a apostar por la alternativa menos letal antes que por la más virtuosa.

Esta lógica del mal menor es un síntoma de la fragilidad moral colectiva. El Perú necesita más que discursos: demanda educación cívica, partidos de verdad, candidatos con hoja de vida limpia y propuestas que miren al largo plazo. Sin eso, volveremos a ver cómo la urna reproduce el desencanto. Y lo trágico no es que la política mienta; lo lamentable es que el electorado la acepte.

John Santa Cruz Manco
CEO & Fundador





¡Sabores para compartir y disfrutar
en cualquier momento y lugar!



NAT
Crackers

TOSTADAS ARTESANALES

Tostadas artesanales en 80 y 160 gr

- Cranberry y Nuez
- Pistacho y Romero
- Dátiles, Almendras
- Cajú, Pasas y Jengibre.



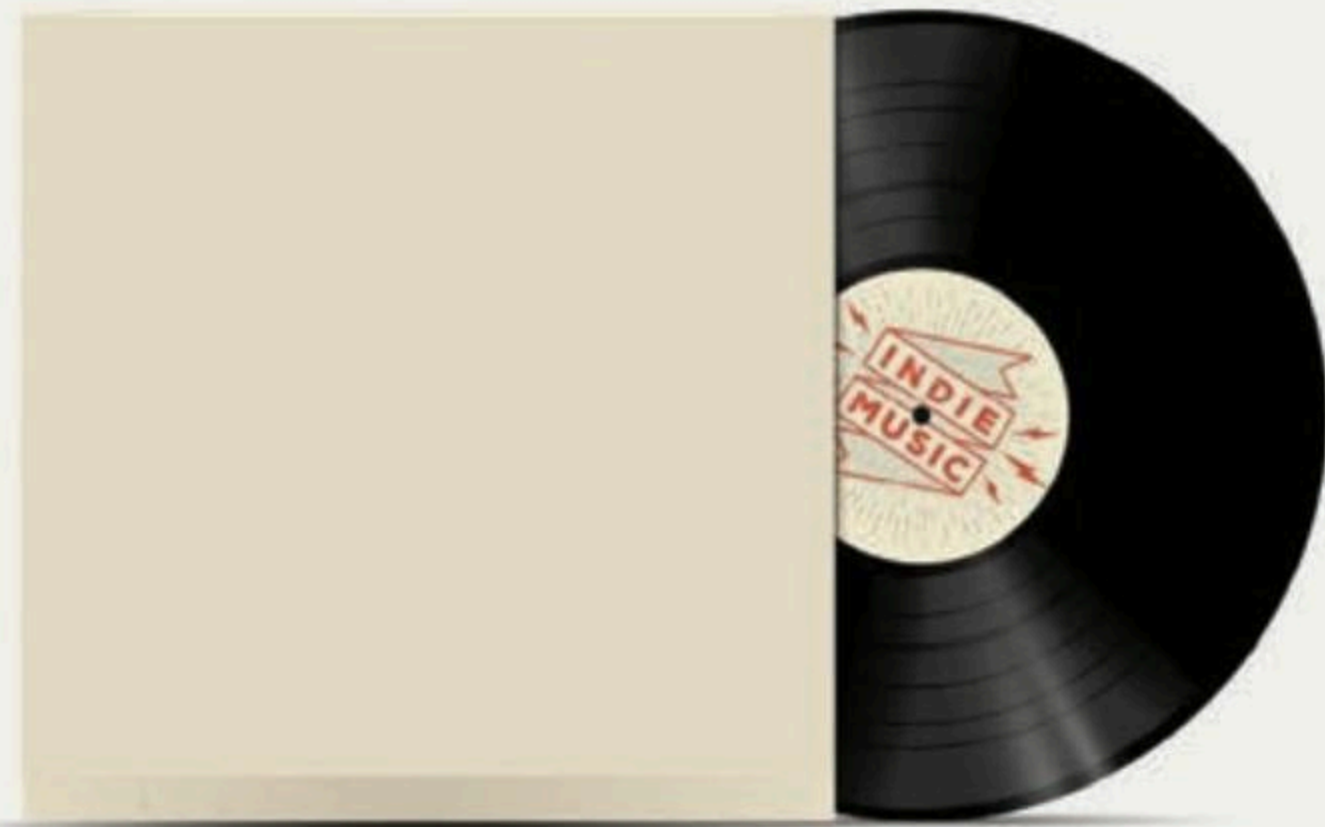
NAT
wafer
crackers

Galletas obleas en 100 gr

- Original
- Pimienta
- Romero

Disponible en **MAR & TIERRA**

LA MATERIA



NO SE CREA NI SE DESTRUYE



SOLO SE TRANSFORMA



RECICLAMOS UTILIZAMOS

Relojes hechos con discos de vinilo. Descubre estos y más productos originales ingresando a:

www.dientedeleon.pe



STAFF

CEO & Fundador

John Santa Cruz Manco

Editora General

Valeria Isabel Burga Bobadilla

Edición Web & Content Manager

Fabiana Deekes Ibárruru
Maria Pía Santa Cruz

Webmaster

Erick Cajas

Diseñador Gráfico

Gustavo Panta Vera

Jefe de Marketing

Claudio Castillo Ortiz

Coordinador Comercial

Rafael Pizarro

Redactores

Samira Ode
Marco Antonio Falcón
Manuel Meza
Kevin Aliaga
Ines Livisi
Gabriela Peralta

Producción

Jean Perez Centeno
Olenka Chavez Sokolowsky
Joaquín Cruzado Valdivia
Juan Paul Manco
Pilar Lopez
Jacqueline Torres
Claudia Aguilar Valdivia

Fotografía

Daniel Yong
Cristhian Cisneros
Franco Gallegos
Steven Rodriguez
Jaime Cuellar

Community Management

Yeline Arce
Silvia Gil
Valeria Infante
Claudia Ríos

Columnistas

Soledad Marroquín
Samuel Hurtado Cárdenas
Livio Pastorino Wagner
María Elena Cárdenas
Juan Diego Romero
Silvia de Tomas
Rosa Bonilla Peralta
Juan Pablo Robles
Jasmine Rincón
Mario Ramos





ALMA NEGRA

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



ALMA LOCAL

En tan solo cuatro años, Gabuteau se ha consolidado como una de las firmas de marroquinería más relevantes del Perú. La marca, bajo la dirección creativa de Denise Gabuteau, celebró su aniversario reafirmando su visión de crear objetos de deseo con una estética sofisticada de inspiración local y un lenguaje global. El éxito de Gabuteau se sustenta en una filosofía

innegociable: «A mano / Humano». Desde su fundación en 2021, la marca se propuso ser una pausa en la velocidad de la industria, basando el verdadero lujo en el respeto por el trabajo manual de sus artesanos con seguridad y confianza.

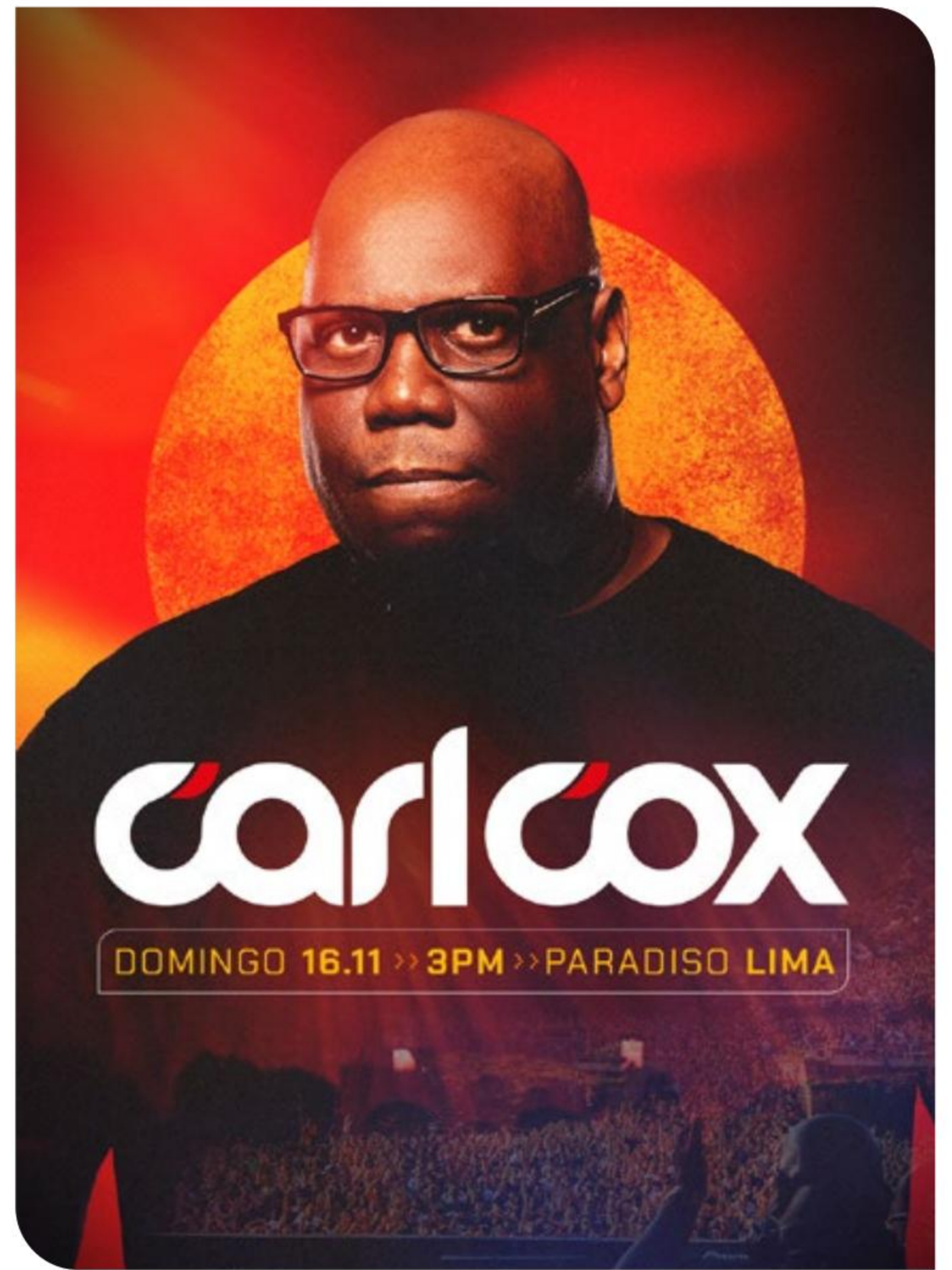
DIVINO CASTIGO

La banda colombiana, confirmada para Lollapalooza Argentina y Estéreo Picnic 2026, marca el inicio de una nueva etapa creativa con el lanzamiento de su tema más solicitado por los fans. Tras una exitosa gira por más de 15 ciudades en España y su aclamada presentación en el Coca Cola Food Fest en Puebla, México, la banda TIMØ ha anunciado oficialmente el lanzamiento de su próximo álbum de estudio: 'Canto Pa No Llorar'. Divino Castigo reafirma el sello de TIMØ: un pop honesto, emocional y profundamente humano que transforma el dolor en energía.



MÁS ALLÁ DEL ESQUÍ

Lindsey Vonn, una de las esquiadoras más exitosas de la historia olímpica, decidió darle un giro inesperado a su vida deportiva. A los 41 años, la estadounidense anunció que está incursionando en el rodeo, específicamente en la modalidad de lazo o roping. El anuncio lo hizo a través de sus redes sociales, donde se la ve entrenando en un rancho y compartiendo su entusiasmo por esta nueva etapa. La atleta busca demostrar que los retiros no significan el fin de una carrera deportiva, sino el inicio de otras posibilidades.



SUNSET OPEN AIR

Este domingo 16 desde las 3:00 pm, Carl Cox, el ícono de la música electrónica internacional, dará un espectáculo único que se realizará en Paradiso – Club Cultural Deportivo Lima (Chorrillos). La capital recibirá a uno de los DJ's más influyentes y respetados de la escena, que ha llevado la música electrónica desde los clubes underground del Reino Unido hasta los escenarios más icónicos del planeta. Como DJ Support también tendremos a Anna Tur, quien nos deleitará con un sonido que combina la calidez del House con la fuerza del Techno. El formato Sunset Open Air propone un encuentro diferente con la música: al aire libre, durante el día y acompañado de la energía incomparable de un atardecer frente al mar. Las entradas van vía Teleticket.





Importado y distribuido por LAMARTRADE PERU S.A.C.

Winkler alimentos

HARMLESS

Encuétranos en:

Wong



plazavea



— B O D E G A —
MAR & TIERRA

Revistas.PeruRadio.net.pe



CREANDO EXPERIENCIAS

Marriott International, Caribbean & Latin America celebra con orgullo el reconocimiento de ocho de sus propiedades en la Guía MICHELIN Key Hotels 2025, consolidando su posición como referente global en experiencias hoteleras de lujo y autenticidad. Las Llaves MICHELIN distinguen a los hoteles que ofrecen mucho más que confort: celebran la excelencia en hospitalidad, el diseño arquitectónico, la identidad culinaria y la conexión genuina con el entorno local. Con estas distinciones, Marriott reafirma su visión: crear experiencias que trascienden el hospedaje y celebran el arte de viajar.

PANADEROS PERUANOS

El talento panadero del Perú ha escalado hasta la cuna de la panadería mundial. El Perú Bakery Team, un equipo de maestros panificadores, ha representado recientemente a la nación en el exigente 10ème Mondial du Pain (Mundial del Pan), celebrado en Francia bajo la organización de Les Ambassadeurs du Pain. En este prestigioso torneo, el equipo peruano se enfrentó a delegaciones de 19 países, buscando dejar en alto el nombre del Perú. Luego de un riguroso proceso de selección, el Maestro candidato Jordan Muñoz fue destacado como el representante oficial del Perú, demostrando una excepcional técnica, creatividad y disciplina frente al jurado internacional.



EUROPEAN BEER STAR

La cerveza peruana vuelve a conquistar Europa. En la más reciente edición del European Beer Star 2025, uno de los concursos cerveceros más prestigiosos del mundo, la Cervecería Artesanal 7 Vidas fue reconocida con tres medallas: dos de oro y una de plata. Un triunfo que confirma su posición como una de las marcas latinoamericanas más destacadas en la escena cervecera internacional. Con cada fermentación y cada medalla, 7 Vidas reafirma que el Perú tiene mucho que contar —y brindar— en el mundo de la cerveza artesanal. Un motivo más para levantar la copa y decir, con orgullo, que el talento local sigue dejando huella en los escenarios más exigentes del planeta.

MALDITA MUDANZA

Vanesa Martín vuelve a demostrar por qué es una de las voces más honestas y emocionales de la música en español. Esta vez, lo hace de la mano de Camilo, con quien acaba de lanzar “Maldita Mudanza”, una canción que envuelve, acaricia y remueve el alma. El tema, nacido de una tarde de inspiración compartida en el estudio, combina la calidez de la guitarra de Camilo con la profundidad interpretativa de Vanesa Martín. La química entre ambos artistas fue inmediata, dando como resultado una pieza que habla del cambio, la nostalgia y la búsqueda constante de nuevos comienzos.





BODEGA
ARGENTO

Cada sorbo revela un paisaje

Agrelo, Gualtallary, la altura
y el alma del vino.

ARGENTO SINGLE VINEYARD

MENDOZA | ARGENTINA



GUALTALLARY
MALBEC
2021



GUALTALLARY
CHARDONNAY
2021



AGRELO
CABERNET FRANC
2020

Importado y distribuido por LAMARTINRADE PERU S.A.C.

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

RevistaElPeruKado.net.pe

VW Weeks



Tu nuevo **SUVW** desde
\$17,990 o s/65,664*

Opciones de
financiamiento

Dcto. en
gasolina

Mantenimiento
cada
10,000km o 1 año*

VW WEEKS

Volkswagen presenta VW Weeks, una temporada especial de ventas que se llevará a cabo durante los meses de noviembre y diciembre en toda su red de concesionarios a nivel nacional. Esta iniciativa busca ofrecer a los peruanos la oportunidad de adquirir vehículos con el prestigio global de la marca, ahora a precios altamente competitivos. La campaña VW Weeks incluye planes de financiamiento preferenciales con diversas entidades bancarias, precios exclusivos en versiones seleccionadas y cuotas de pago flexibles para cumplir el sueño del auto propio.

LA CLAVE DEL ÉXITO

La gastronomía peruana continúa conquistando fronteras. Doomo Saltado, el restaurante fundado en 2011 por la familia Hayashida y especializado en la preparación de saltados, ha sido reconocido con el prestigioso galardón Certified Angus Beef International Restaurant of the Year. El premio, otorgado por la marca de carne Angus más importante del mundo (Certified Angus Beef, CAB), tiene sede en Texas, EE. UU., un mercado altamente competitivo dominado por la tradición cárnica.



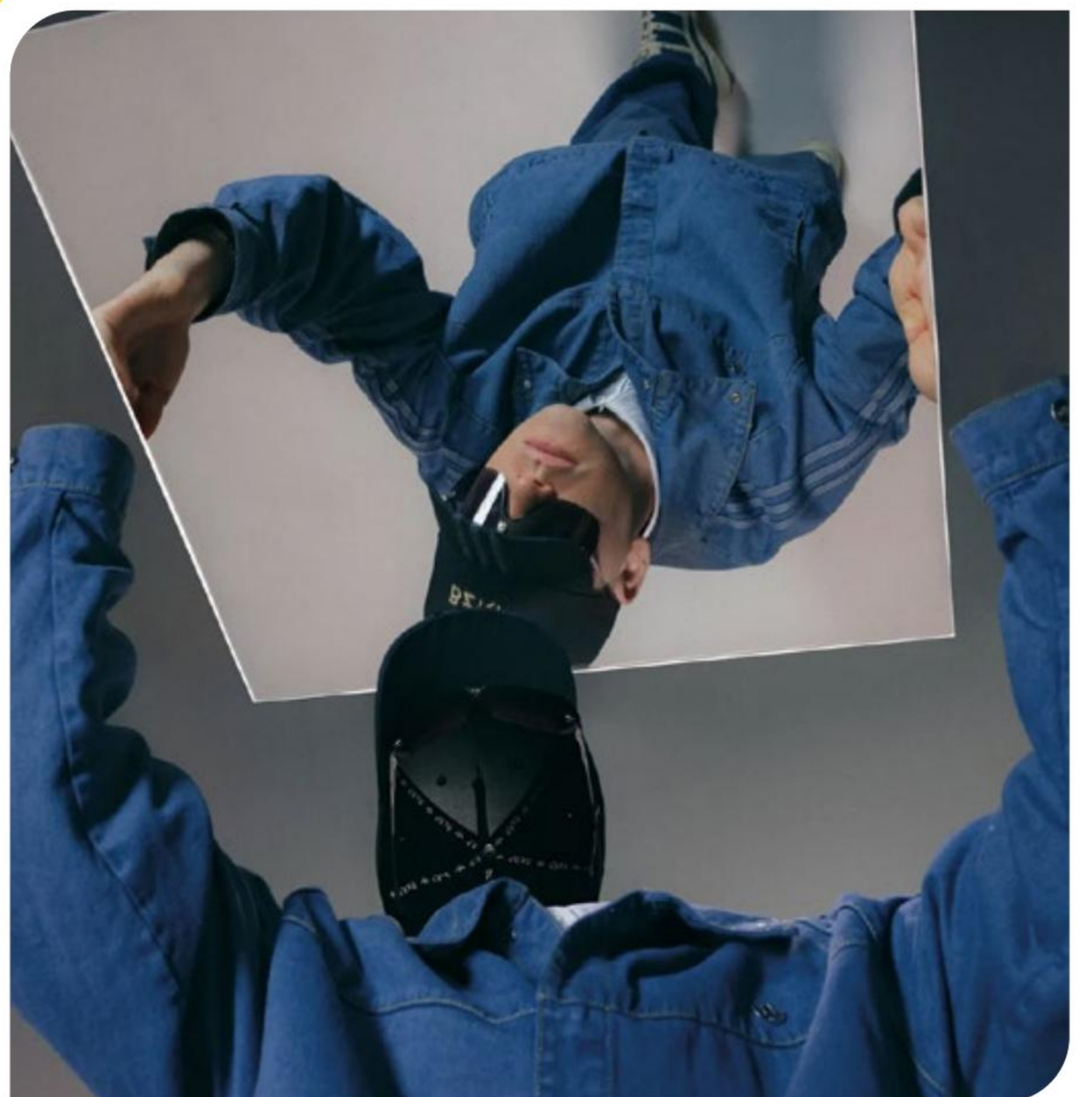
FORUM 2000 X BZRP

Adidas Originals y el productor argentino más escuchado del mundo, Bizarrap (BZRP), han inaugurado una nueva era al anunciar su primera colaboración internacional: las zapatillas Forum 2000 x BZRP. Esta cápsula marca un hito al ser la primera colaboración de adidas Originals con un artista argentino a nivel global. Bizarrap, ganador de 4 Latin Grammys, participó activamente en todo el proceso creativo, viajando a la casa matriz de adidas en Alemania para asegurar que la silueta reflejara su autenticidad y espíritu urbano.



REINVENTAR LO CLÁSICO

Dockers ha anunciado una importante renovación de su línea insignia, Signature. Esta nueva colección marca una evolución en la historia de la marca al fusionar diseño, innovación y comodidad, pensada para adaptarse al ritmo acelerado de la vida moderna. Por primera vez, la línea Signature presenta prendas femeninas. Este lanzamiento es un hito para Dockers, ampliando su propuesta hacia un público que demanda elegancia y funcionalidad sin sacrificar el confort en su look diario.



MÁS QUE UN CLUB, UN ESTILO DE VIDA

ESCRÍBENOS Y SÉ PARTE

+51 974 260 166

@:CONCEPTOPLACERPERU



CLUB
EXPERIENCIA



ROMOVÍ
Wines - Spirits - Dishes & Cigars

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



H&M X GLENN MARTENS

H&M anuncia la llegada de una de sus colaboraciones más esperadas: la colección H&M Glenn Martens. Esta alianza fusiona el estilo audaz y experimental del diseñador belga con la visión global de la marca sueca, buscando democratizar la alta moda. La colección estará disponible en H&M Jockey Plaza a partir del 30 de octubre. La propuesta de Martens es diversa y versátil, abarcando moda femenina, masculina, prendas unisex y accesorios. El diseñador se sumergió en el archivo de H&M, tomando básicos—como camisetas, camisas a cuadros, bomber jackets y pantalones—y transformándolos en diseños extraordinarios.

BESTIA HÍBRIDA

Por décadas, el Corvette ha sido el músculo indomable de América. El ZR1X no es músculo; es la culminación definitiva de la ingeniería, un híbrido que no pide permiso y que ha decidido reescribir la élite de los hypercars. En el corazón de esta bestia late una anomalía mecánica que define la era de los hypercars híbridos. Olviden la sutileza: hablamos de un LT7 V8 biturbo que escupe 1,064 caballos desde su cárter seco, pero el poder no se queda ahí. El eje delantero alberga la electricidad que convierte al ZR1X en un misil AWD de 1,250 CV totales. La hibridación aquí no es por eficiencia; es por potencia bruta y grip absoluto. La única concesión a la cordura son los discos de freno Alcon J59 (10 pistones adelante), la única herramienta capaz de detener este exceso de ambición.



PADRE POR PRIMERA VEZ

El cantante y compositor estadounidense Charlie Puth sorprendió a sus seguidores el 16 de octubre de 2025 al revelar que él y su esposa, Brooke Sansone, están esperando su primer hijo. La noticia no llegó por un comunicado oficial, sino como parte del videoclip de su nuevo sencillo Changes, donde el artista mostró un lado íntimo y familiar. El anuncio se viralizó rápidamente en redes y marcó un momento clave tanto en su vida personal como en su nueva etapa musical. El video también sirvió para presentar el primer adelanto de su próximo álbum, Whatever's Clever, previsto para 2026.



REALIDAD EXTENDIDA

Samsung Electronics ha marcado un antes y un después en la industria tecnológica con la presentación de Galaxy XR, el primer dispositivo de realidad extendida (XR) construido sobre la plataforma Android XR. Este lanzamiento no solo introduce una nueva categoría de hardware nativo de Inteligencia Artificial, sino que sella una poderosa alianza con Google y Qualcomm Technologies para desatar un futuro de descubrimiento, juego y trabajo inmersivo. Desarrollado con una plataforma abierta y escalable, y con la IA multimodal en su núcleo, Galaxy XR está diseñado para llevar la visión de la IA móvil a una nueva y audaz frontera, transformando la manera en que los usuarios interactúan con la tecnología en su vida cotidiana.

Importado y
distribuido por
L.C. GROUP S.A.C.

Juvé & Camps



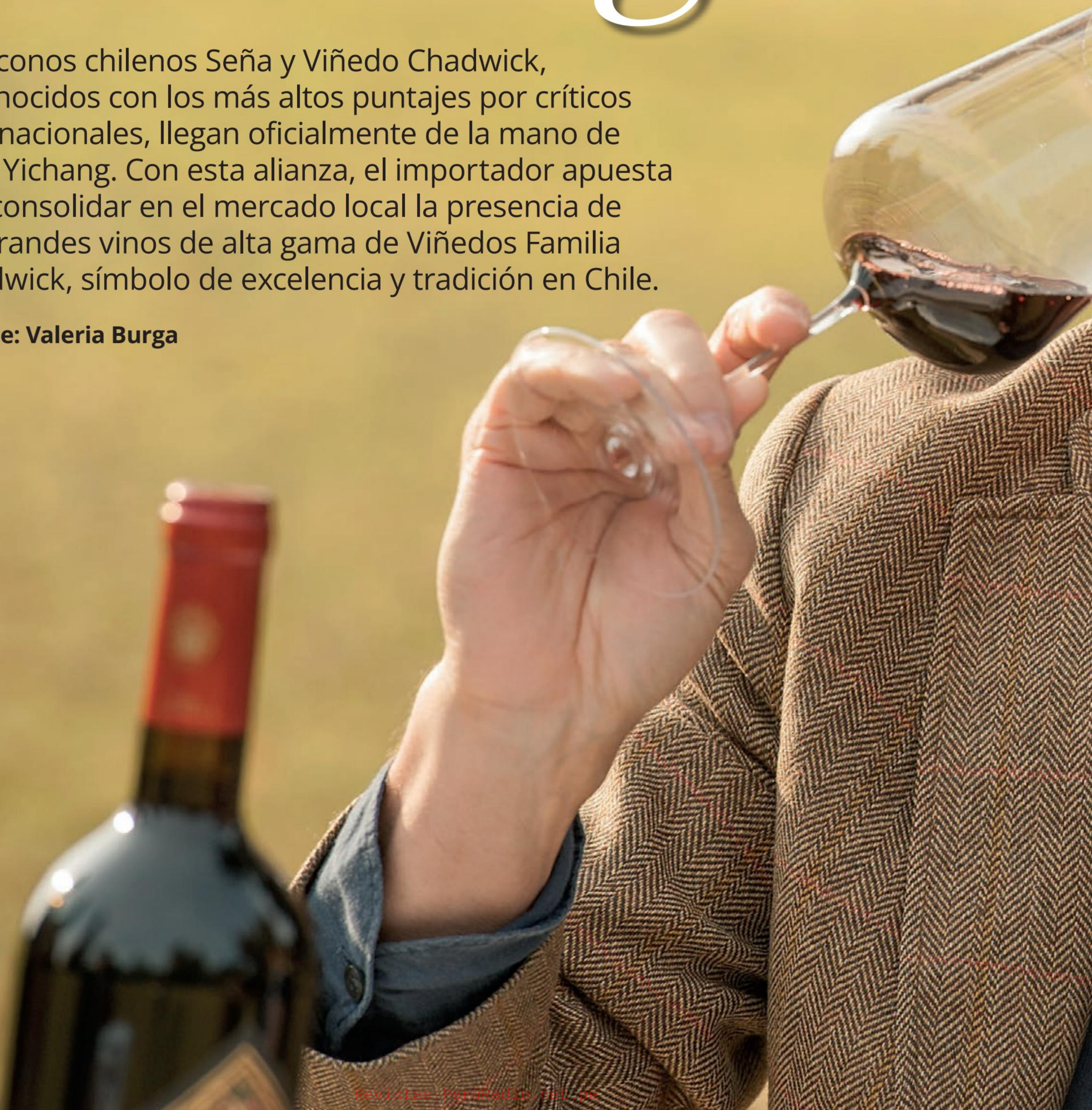
J&C RESERVA DE LA FAMILIA
UNA EXPERIENCIA DE PLACENTERA FRESCURA

T O M A R B E B I D A S A L C O H Ó L I C A S E N E X C E S O E S D A Ñ I N O

La señal del legado

Los íconos chilenos Seña y Viñedo Chadwick, reconocidos con los más altos puntajes por críticos internacionales, llegan oficialmente de la mano de G.W. Yichang. Con esta alianza, el importador apuesta por consolidar en el mercado local la presencia de los grandes vinos de alta gama de Viñedos Familia Chadwick, símbolo de excelencia y tradición en Chile.

Escribe: Valeria Burga





Eduardo Chadwick es una de las figuras más influyentes del vino chileno contemporáneo. Heredero de una tradición familiar que se remonta al siglo XIX, ha llevado los vinos de Chile a los más altos estándares internacionales con dos proyectos emblemáticos: Señal y Viñedo Chadwick, ambos reconocidos con los máximos puntajes por los críticos más exigentes del mundo.



¿Cómo nace el proyecto Seña y cuál fue su inspiración?

Seña surge en 1995 como una alianza visionaria entre Robert Mondavi, el legendario creador de Opus One en Napa Valley, y yo. Mondavi llegó a Chile a inicios de los noventa convencido de que el país tenía el potencial para elaborar vinos de clase mundial, y decidimos fundar juntos una bodega que lo demostrara. Así nació Seña: una “señal” al mundo de que Chile podía competir al más alto nivel. La primera cosecha se lanzó ese mismo año desde el Valle de Aconcagua, una zona de clima más fresco que otras regiones vitivinícolas chilenas, influenciada por la bruma costera que aporta frescura y elegancia a los vinos.

¿Cómo evolucionó la sociedad con Mondavi?

Durante casi una década trabajamos juntos bajo un joint venture al 50%. Pero en 2004, tras la compra del grupo Mondavi por parte de la multinacional Constellation Brands, decidí adquirir la totalidad del proyecto. Sentí que Seña debía mantener su esencia artesanal y su independencia. Desde entonces, el vino lleva únicamente mi firma, aunque conservo con gran respeto el legado de Mondavi y su espíritu pionero.



¿Qué caracteriza a los vinos de Seña?

Seña es una mezcla bordelesa que combina Cabernet Sauvignon, Carménère, Malbec y Petit Verdot. Son vinos frescos, con notas de fruta roja y especias dulces, de taninos elegantes y gran acidez. En 2000 lanzamos Rocas de Seña, un segundo vino con un perfil más mediterráneo, elaborado con variedades como Syrah, Mourvèdre y Grenache. Ambos reflejan la diversidad del valle y nuestra búsqueda de equilibrio entre potencia y frescura.

Seña ha alcanzado puntajes perfectos en varias cosechas. ¿Qué significan para usted esos reconocimientos?

Los 100 puntos de James Suckling en las cosechas 2015, 2018 y 2021 fueron un hito. Más allá de la puntuación, representan el reconocimiento al trabajo en equipo, al terroir y a la consistencia del proyecto. Los críticos internacionales han descrito a Seña como un vino de arte y elegancia, fresco, equilibrado y con una acidez vibrante.

¿Y cómo se diferencia Viñedo Chadwick de Seña?

Son proyectos distintos, aunque ambos pertenecen a nuestro grupo Viñedos Familia Chadwick. Viñedo Chadwick nació



como un homenaje a mi padre, don Alfonso Chadwick, un apasionado del polo y del campo chileno. El viñedo está plantado precisamente en lo que fue su cancha de polo, en Puente Alto, Valle del Maipo, una de las zonas más prestigiosas del mundo para el Cabernet Sauvignon.

¿Qué hace tan especial a este vino?

Es un vino de producción limitada —apenas 10.000 botellas anuales— proveniente de once hectáreas. Es un Cabernet Sauvignon casi puro, con un pequeño aporte de Petit Verdot según





la cosecha. En el diseño de la etiqueta, la figura de un jugador de polo simboliza el legado familiar. Es, literalmente, un vino nacido de nuestra historia.

Viñedo Chadwick también ha sido pionero en las grandes puntuaciones internacionales. Así es. Fue el primer vino chileno en obtener 100 puntos de James Suckling, con la cosecha 2014. Después repitió el logro en 2017 y 2021. Y más recientemente, Robert Parker, que nunca había otorgado 100 puntos a un vino chileno, lo hizo por primera vez a la cosecha 2021 de

Viñedo Chadwick. Esa añada, de hecho, recibió 100 puntos de Parker, Suckling y Atkin: una triple consagración que nos llena de orgullo.

¿Qué filosofía guía el trabajo detrás de ambos vinos?

La búsqueda de la excelencia, pero con autenticidad. No perseguimos volumen; cada viñedo tiene su identidad y su límite. Señá produce dos vinos, y Viñedo Chadwick, uno solo. La vinificación se realiza por parcelas: cada variedad se fermenta y se cría por separado, y luego el enólogo define el ensamblaje final. En el caso de Chadwick, usamos roble francés de primer uso en un 90% y un 10% en fudre, buscando siempre integración, elegancia y equilibrio.

Chile es hoy referente mundial en vinos de alta gama. ¿Qué lugar ocupan Señá y Chadwick en esa historia?

Creo que ambos representan la evolución del vino chileno: el paso de ser un país productor de volumen a ser reconocido por su finura y carácter. Nuestro desafío es mantener ese estándar y seguir mostrando al mundo que Chile puede producir vinos de clase mundial, fieles a su tierra y su gente.

La chica del vino y +

Por María Elena Cárdenas

*Sommelier WSET 3



S/.104.00



**PEYRASSOL
LA CROIX ROSÉ 2021
IGP MÉDITERRANÉE**

Un rosado elegante y fresco nos llega desde la Provenza. Este blend de 50% Cinsault, 40% Grenache, 8% Syrah y 2% Carignan, que hacen que este vino tenga una gran expresión aromática llena de frutos rojos como frambuesas y fresas, toronja rosada y en boca elegante y refrescante, pero de largo final. Un rosé ideal para disfrutarlo solo y beberlo a unos 10º grados o para acompañar un queso semicurado o unos ravioles en salsa bechamel como lo probé yo y quedó delicioso. Lo consiguen en www.conceptoplacer.com

S/.65.00



**PISCO GRAN CRUZ
QUEBRANTA**

Nos llegó este Pisco ganador de la gran medalla de oro y también como Producto Revelación Peruana en el Concurso Spirits Selección en el Concurso Mundial de Bruselas 2025. Producido con nuestra Quebranta que le brinda a este Pisco notas de manzana, pecanas, pasas rubias, plátano y alguna nota cítrica que nos recuerda a las mandarinas. Soy una fanática de los maridajes de postres con Piscos, por eso probé este quebranta con una chocoteja de pecanas y con una torta de chocolate. Con ambos quedó delicioso. Pero también creo que un Pisco de esta calidad eleva cualquier cocktail, así que se los recomiendo para beber solo o como para preparar alguno. De venta en Supermercados Plaza Vea.

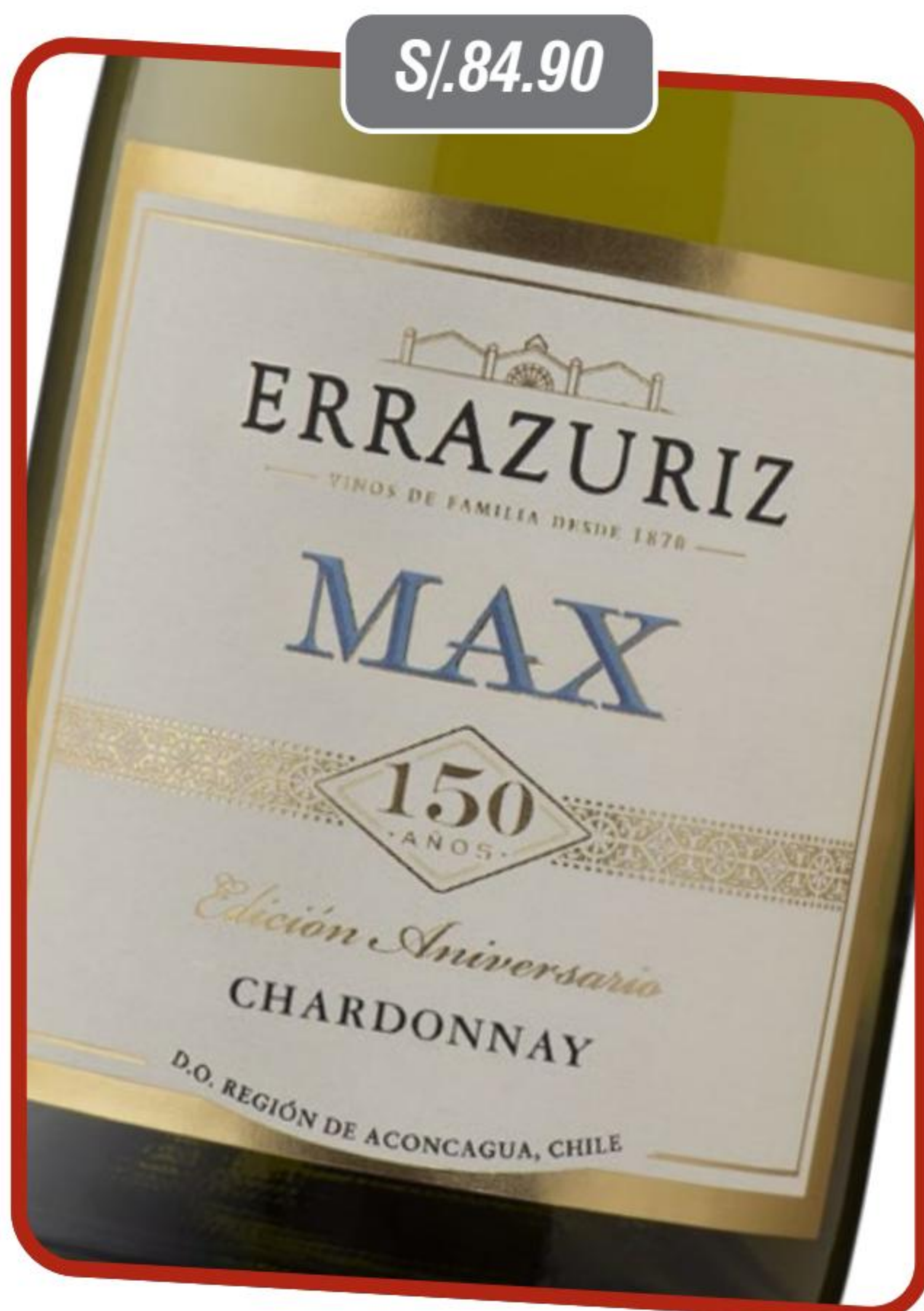
S/.85.00



**PISCO MARQUÉS CARIÑOSO
TORONTEL**

La pequeña bodega familiar Marqués Cariñoso ubicada en Tacna es especialista en vinos, macerados y Piscos de calidad como este hecho de la uva Torontel reposado por 2 años con 42% de volumen de alcohol que se muestra sedoso y sutil con una expresividad llena de notas de mandarina, limón, toronjas, miel, duraznos. Lo probé con el clásico postre de este mes de octubre, nuestro turrón de Doña Pepa, dándole frescura a este dulce. Ideal para maridar con un cheesecake de maracuyá o un queque de limón y delicioso para preparar un Pisco Tonic. Para probarlo, pueden escribir al +51 999 446 066. El precio regular es de S/95.00, pero si dicen que son lectores de la revista S/85.00.

Seis etiquetas, seis historias para disfrutar copa a copa. Desde los valles argentinos hasta la Provenza francesa, pasando por el alma pisquera del sur peruano, les traigo una selección de vinos y piscos que merecen estar en nuestra mesa. Cada botella tiene su carácter, su maridaje perfecto y ese encanto que convierte un momento cotidiano en una experiencia memorable.



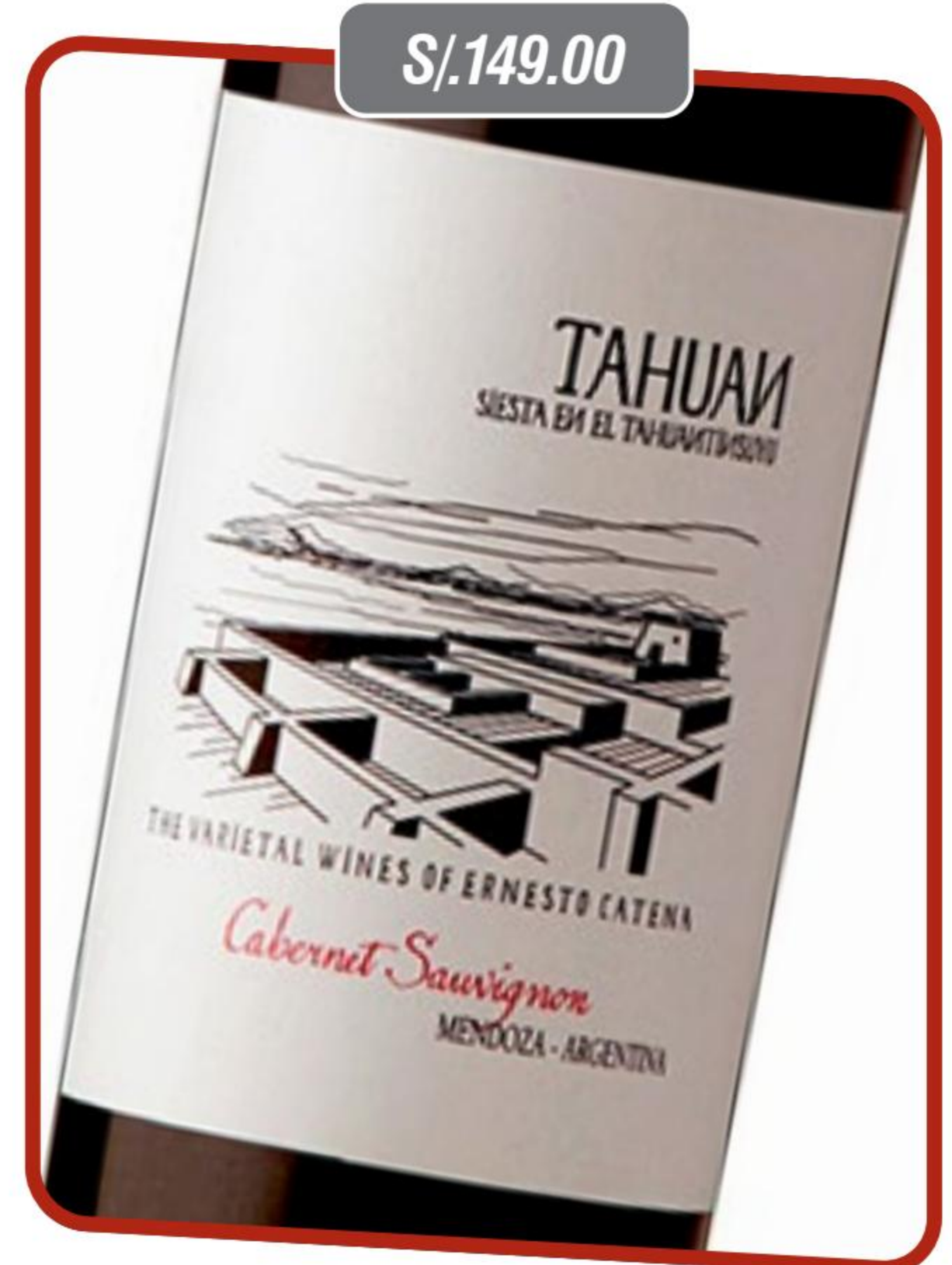
**ERRÁZURIZ MAX
CHARDONNAY**

De la región chilena de Aconcagua y a solo 30 km del mar llega este Chardonnay lleno de frescura y complejidad, producto de ser fermentado en barricas de roble francés y la fermentación maloláctica que le aporta más aromas y cremosidad en boca aparte de un tiempo en contacto con sus lías, dándole textura y ese aroma a pan tostado. Una nariz expresiva a mandarinas, peras, manzanas, frutos secos y notas especiadas. En boca sumamente frutal, con notas a miel y frutos secos, cremoso y refrescante. Rico para acompañar un risotto con langostinos como lo combiné yo, pero también con unas pastas que incluyen mantequilla o crema en su preparación. Lo encuentran en www.perufarma.com.pe



**SEPTIMA 10 BARRICAS
GRAN RESERVA CABERNET FRANC**

Desde Los Chacayes en el Valle de Uco, donde los enólogos de Séptima consideran que es el mejor lugar para el Cabernet Franc, nos traen este vino que una vez finalizada la fermentación, es criado en barricas de 225 y 500 litros de roble francés usadas por 24 meses, de las cuales se eligieron 6 barricas de roble francés de 500 litros y 4 barricas de 225 litros para, luego de hacer el corte, reposar 11 meses en botellas. Un rico vino lleno de complejidad, con notas a frutos negros arándanos, moras y ciruelas maduras, notas a menta, vegetales y aromas y sabores a especias como clavo de olor, vainilla; así como chocolate negro y café. Con taninos jugosos y suaves. Con una capacidad que permite maridar con una infinidad de platos. Lo maridamos con un sándwich de cerdo con salsa de cebolla y quedó perfecto. Lo encuentran en www.perufarma.com.pe, supermercados y principales licorerías.



**TAHUAN EN EL TAHUANTINSUYU
CABERNET SAUVIGNON**

Ernesto Catena produce este vino con uvas provenientes de Vista Flores y Altamira. Un Cabernet Sauvignon de lindo color rubí intenso, con una nariz explosiva que recuerda a frutos rojos como ciruelas y frambuesas y notas a vainilla, así como especiadas y tostadas producto del contacto de 10 meses por roble, el 70% francés y el resto americano. En boca sabroso y con una nota a eucalipto que aporta frescura al vino. Una delicia fue maridarlo con un lomo saltado casero, pero también sugieren maridarlo con otros guisos caseros o empanadas. Es un lindo vino que pueden conseguir en la tienda de Concepto Placer.

El secreto Atlántico del Bierzo

Si buscas un sorbo de frescura y elegancia, la Denominación de Origen (D.O.) Bierzo es tu destino. Esta comarca leonesa, con sus viñedos centenarios trepando por laderas caprichosas, produce caldos que conquistan paladares exigentes sin presumir de arrogancia. Vamos a desgranar su esencia en este recorrido.

Escribe: John Santa Cruz

La saga del Bierzo arranca hace más de dos mil años, cuando los romanos, esos maestros de la fiesta, plantaron las primeras cepas en estas tierras. Plinio el Viejo y Estrabón ya alaban en sus crónicas los vinos de la región, que regaban banquetes imperiales y caminos empedrados. Pero el verdadero boom llegó en la Edad Media, con monasterios como el de San Pedro de Montes impulsando la viticultura como pilar económico. Siglos de altibajos –guerras, filoxera en el XIX que diezmó viñedos– no apagaron la llama: el Bierzo resistió, arraigado en familias humildes que vendimiaban a mano.

El salto cualitativo fue en 1989, cuando nace la D.O. Bierzo, la primera en León en proteger su legado. Actualmente cuenta con 2.300 hectáreas de viñedo, 74 bodegas y una producción anual

de 10 millones de botellas. Pionera en España, en 2018 introduce la clasificación piramidal centrándose en la procedencia de las uvas y las características climáticas y edafológicas de los viñedos. Es ahí cuando toman protagonismo los pueblos, parajes o parcelas. Si bien en España no es habitual esta clasificación, el mercado la reconoce en los modelos propios de la Borgoña, en Francia, o Piamonte, en Italia, valorando parcelas centenarias. Hoy, en 2025, celebra su 36 aniversario con añadas excelentes, como la de 2024 calificada de “Excelente” por el Consejo Regulador. Tras un proceso de renovación y apuesta por la calidad, la región vitivinícola ha renacido y hoy se consagra como una gran denominación de origen. Lo ha hecho manteniendo intacta su identidad, fiel a su territorio, a sus variedades autóctonas y a la autenticidad de su origen.

Características de un vino con D.O. Bierzo

Un vino D.O. Bierzo es como un amigo leal: directo, vivo y sin complicaciones. Predominan los tintos, jugosos y afrutados, con toques minerales que evocan el río Sil. Las plantaciones son mayoritariamente de la variedad Mencía, el 70%, encontrándonos también Garnacha Tintorera, Merezao y Estaladiña dentro de las variedades tintas. Las variedades blancas autorizadas son el Godello, ocupando el 20 % de la superficie de viñedo, la D^a Blanca, Palomino y Malvasía.



Bodegas más populares de la D.O. Bierzo:

Bodegas Peique (Valtuille de Abajo): Bodega familiar, que cultiva viñas viejas centenarias en diferentes parajes de Valtuille de Abajo. Famosas por tintos de Mencía y blanco de Godello. Enoturismo top: catas con vistas.



Bodegas y Viñedos Pittacum (Arganza): Creada en 1998. Vinos frescos y florales, con envejecimientos muy cuidados para mantener la identidad de los vinos. Pittacum, un vino que refleja la singularidad del terruño, manteniendo la tipicidad varietal de la Mencía y expresando de forma fiel la influencia del suelo, el microclima y el entorno vitícola del Bierzo.



Dominio de Tares (Bembibre): Moderna desde 2000, dirigida por el enólogo Rafael Somonte. Apuesta con firmeza por la zona y por las variedades autóctonas la Mencía y el Godello. Selecciona viñedos de diferentes zonas del Bierzo, con el fin de que los vinos sean una fiel expresión del terroir del Bierzo.



viñedos de propia propiedad repartidos en multitud de parcelas que expresan la tipicidad varietal de la Mencía, con equidad y una mineralidad derivada de los suelos pizarrosos y su gran capacidad de guarda. Precios premium, pero valen la pena.

Descubre la gama de vinos de Arganza Pittacum en 3 ocasiones con descuentos (2023).

de la



endientes de J. Palacios (Corullón): Alta desde 1999. De la mano de Ricardo Pélalacios Alvaro Palacios, han logrado en ocasiones los ansiados 100 puntos Parker su vino **"La Faraona"** (añadas 2014, 2018, 2021 y 2023). Está ubicada en Corullón, en un entorno de laderas pronunciadas, suelos pizarrosos, y una gran variedad de microparcelsas parcelas. Vinos que logran un equilibrio entre acidez y estructura, marcando una complejidad que les confiere notable calidad por cada euro por su pureza.



Raúl Pérez, el **"Enólogo Rockstar"** tiene su propia bodega (denominada con su mismo nombre) también en el Bierzo, donde ha obtenido en dos ocasiones los 100 puntos Parker con su vino **"La Muria"** (añadas 2021 y 2023).



-2°C

30°C



Bierzo cuenta con un clima de transición atlántico-continental: media anual de 12,3°C, inviernos fríos (heladas frecuentes, nieblas que protegen brotes) y veranos suaves (máximos de 28-30°C, sin excesos). La oscilación térmica es clave: hasta 16°C entre día y noche, que concentra azúcares y preserva acidez, manteniendo la frescura de los vinos.

El viñedo se encuentra situado en laderas de mayor o menor inclinación entre los 350 y los 1.200 metros de altitud sobre el nivel del mar. Son suelos pobres, con un bajo contenido en materia orgánica, de textura franco-arcillosa, con mayor o menor presencia de pizarras, cuarcitas y cantos rodados, y en menor medida granitos y calizas. Los suelos son moderadamente ácidos, con ausencia de carbonatos. Se trata de suelos propios de climas húmedos.

El Bierzo es la región del mundo que tiene mayor porcentaje de viñas viejas, el 80%, del cual un 60% es viñedo centenario. Estas viñas viejas disponen de potentes sistemas radiculares, que hacen que sean menos sensibles a las variaciones climáticas de cada año, tienen un gran volumen de madera vieja que contribuye a mantener la calidad de las sucesivas vendimias año tras año, las producciones se equilibran, haciendo que se produzcan menos racimos y que sean más pequeños favoreciendo la maduración de la uva.



5 botellas imprescindibles:



Pétalos del Bierzo 2023 (Descendientes de J. Palacios): Mencía pura, afrutada y floral. Fresco como un paseo por Corullón. Ideal para iniciados.



Cepas Viejas 2022 (Dominio de Tares): De viñas centenarias, con notas de frutos negros y mineral. Crianza en roble: potencia elegante.



Godello Peique 2023 (Bodegas Peique): Blanco vibrante, cítricos y miel. Perfecto con mariscos, refleja el alma godello.



Petit Pittacum 2023 (Bodegas Pittacum): Mencía joven, jugosa con toques especiados. Versátil, para barbacoas veraniegas.



Cuatro Pasos Rosé 2024 (Bodegas Cuatro Pasos): Rosado de garnacha, envolvente, fresco y frutal. Aromas a frutas rojas, notas de rosa y violeta.

Raúl Pérez
Raúl Pérez Bodegas y Viñedos



Ricardo Pérez
Bodega Descendientes de J. Palacios



LOS HOMBRES DE LOS 100 PUNTOS



Raúl Pérez, con “La Muria” (2021, 2023) y Ricardo Pérez, con “La Faraona” (2014, 2018, 2023) lograron la hazaña al obtener el máximo puntaje de Robert Parker, una eminencia del vino.

Atrévete a descubrir un sorbo de frescura y elegancia del terroir atlántico.

Bierzo,
en los ojos del mundo.

Robert Parker
WINE ADVOCATE



icecyl
competitividad
empresarial

 Junta de
Castilla y León

El pase del año

El reconocido enólogo argentino, Juan Pablo Murgia, asume un nuevo capítulo profesional en una de las bodegas más emblemáticas: Rutini Wines. En esta entrevista conversa sobre su llegada, el legado de Mariano Di Paola, la búsqueda del terroir y el desafío de innovar dentro de una marca centenaria que sigue tan vigente como el primer día.

Escribe: Valeria Burga

¿Cómo se dio este cambio hacia Rutini?

La verdad es que fue algo que venía madurando. Llevaba veinte años en distintos proyectos y sentía que era momento de pensar en algo nuevo, sin que nada me empujara a salir. Estaba muy bien, pero a veces los cambios hay que darlos cuando uno está en un buen momento. Cuando surgió la posibilidad de Rutini, no lo dudé: es una casa grande, con historia, con vinos

de enorme calidad y viñedos excepcionales. Siempre la admiré; de alguna forma, todos somos un poco fans de lo que representa Rutini.

¿Y cómo fue ese primer acercamiento con Mariano Di Paola, una figura tan importante en la historia de la bodega?

Mariano, por supuesto, fue una de las primeras personas con las que hablé. Es un referente enorme, no solo en Argentina sino





en el mundo. Trabajar junto a él y, de alguna forma, continuar lo que ha construido durante los últimos cuarenta años, es un gran desafío.

¿Cuál es entonces tu misión inicial dentro de la bodega?

Hoy estoy en una etapa de entendimiento: conocer a fondo la empresa, el equipo, sus procesos. Rutini es una compañía que no se detiene nunca y mi objetivo principal es sumarme a darle continuidad a un proyecto sumamente exitoso. En una segunda etapa, ya habrá espacio para definir qué puedo aportar desde mi propia mirada.

¿Y hacia dónde te gustaría orientar ese aporte personal?

En mis últimos años me enfoqué mucho en desarrollar vinos de terroir. Rutini tiene viñedos en zonas extraordinarias como Gualtallary, El Cepillo y La Consulta, y creo que hay un camino muy interesante para seguir profundizando esa identidad de origen.

Rutini es sinónimo de tradición, pero también de modernidad. ¿Cómo se mantiene ese equilibrio?

Justamente, ese es uno de sus mayores logros. Rutini combina historia con vigencia. Es un clásico moderno. Las etiquetas conservan su esencia, pero los vinos son actuales: muy frutales, equilibrados, con una expresión fresca que sorprende. Es una bodega tradicional que supo modernizarse sin perder autenticidad.

¿La innovación también está presente en la parte técnica?

Totalmente. Si vas a Rutini, Valle de Uco, te encontrarás con un verdadero laboratorio a gran escala. Hay mucha experimentación con depósitos, materiales y técnicas de vinificación, pero más allá de la tecnología, lo importante es la concepción del vino: resaltar la fruta, la energía, la frescura. El uso de la madera, por ejemplo, es muy equilibrado. Todo está pensado para que la fruta sea protagonista.

Hablando de innovación, ¿se aproxima un nuevo lanzamiento?

Sí, estamos por lanzar un Carmenere Single Vineyard plantado en Gualtallary. Es una variedad muy asociada a Chile, pero que aquí ha dado resultados espectaculares. Es un proyecto atípico, distinto, que refleja ese espíritu explorador que también tiene Rutini.

La línea de etiquetas es amplia. ¿Cómo se mantiene la consistencia entre tantas etiquetas?

Con mucha precisión y con identidad. Trumpeter, por ejemplo, es nuestro vino más producido y sigue siendo un éxito comercial enorme. Colección representa el corazón de la marca; Single Vineyard profundiza el trabajo de terroir, y Antología es una edición especial que cambia cada año, una especie de bitácora enológica. Cada línea tiene su razón de ser, sin embargo, todas comparten una misma filosofía: vinos modernos, equilibrados y fieles al origen.



Has estado en Perú presentando la nueva etapa de la bodega. ¿Qué te deja esta visita?

Una gran sorpresa. Me impresionó la penetración de Rutini en el mercado. Creo que eso tiene que ver con su consistencia y con la autenticidad del vino argentino. Además, hay una conexión muy especial entre peruanos y argentinos. La gastronomía peruana permite lucir nuestros vinos como en pocos lugares del mundo.

¿Qué te entusiasma más de esta nueva etapa?

La posibilidad de ser parte de una historia que sigue escribiéndose. Rutini es una bodega con más de 130 años de trayectoria que no ha perdido vigencia. En un mundo donde hay cada vez más vinos y el consumo se resiente, que una marca siga creciendo y generando confianza es admirable. Mi desafío hoy es mantener ese legado, aportar mi visión y seguir demostrando que Rutini nunca falla.



Críticos del vino moderno. Conociendo a Tim Atkin.

Por Agustina Goldsack

Cada año, miles de vinos alrededor del mundo son evaluados por los críticos más influyentes de la industria. A través de catas a ciegas, análisis técnicos y una comprensión profunda del terroir, estos expertos determinan qué etiquetas alcanzan la cima de la excelencia enológica. Publicaciones y nombres de prestigio marcan el pulso del vino global con sus reportes y puntuaciones, que hoy son referencia para consumidores, coleccionistas y profesionales del sector.

Más que simples números, estas calificaciones reflejan tendencias, estilos y la evolución del gusto mundial, reconociendo a las bodegas que logran combinar técnica, identidad y emoción en cada copa. Desde los grandes clásicos de Europa hasta los proyectos innovadores de Sudamérica, Oceanía o Sudáfrica, las puntuaciones internacionales son un mapa vivo de cómo el vino continúa reinventándose, conquistando mercados y desafiando fronteras.

Hoy hablaremos de Tim Atkin. Él es uno de los críticos y comunicadores de vino más influyentes del mundo. Es británico y posee el prestigioso título de Master of Wine (MW), uno de los más difíciles de obtener en la industria vitivinícola. Cada edición incluye una cantidad muy alta de vinos catados. Por ejemplo, el reporte de 2025 cubrió 1.096 vinos de 172 bodegas, de los cuales muchos (más de 800) obtuvieron puntajes de 90 puntos o más. En otra edición similar, fueron 1.173 vinos de 184 bodegas.

Atkin clasifica a las bodegas más destacadas usando categorías similares a los *growths* de Burdeos, pero adaptadas al contexto del terroir que visita. No se trata de precio, sino de calidad consistente, reputación, logros históricos, estilo, etc. Ejemplo: *First Growths*, *Second Growths*, etc. También un grupo más grande tipo *crus bourgeois*, para bodegas con nivel pero que no necesariamente son top-top. Su método combina cata técnica, contexto y juicio personal, y se basa en varios criterios:

- Calidad general: equilibrio, concentración, complejidad y longitud del vino.
- Tipicidad: cuánto refleja el vino su origen (terroir), cepa y estilo regional.
- Armonía y estructura: integración entre acidez, alcohol, taninos y fruta.
- Potencial de guarda: capacidad del vino para evolucionar positivamente con el tiempo.
- Emoción y carácter: ese 'factor X' que hace que un vino destaque por su identidad o capacidad de emocionar.

Puntaje

- 98–100: Excepcional, vino icónico o de clase mundial.
- 95–97: Sobresaliente, con profundidad y elegancia notables.
- 90–94: Excelente, fiel a su origen y bien elaborado.
- 85–89: Muy bueno, correcto y equilibrado.
- 85: Cumple, pero sin destacar.

Además, Atkin viaja personalmente a cada país productor —como Argentina, Chile, Sudáfrica o España— para realizar sus reportes anuales de cata, donde degusta miles de vinos de forma profesional y a ciegas en condiciones controladas. No solo se concentra en puntuar vinos. Parte importante del reporte es analizar la industria: cómo están las cosechas recientes, los efectos del clima, la evolución del mercado, innovación, tecnologías, consumidores, etc. También destaca vinos con mejor relación valor/precio, descubrimientos (vinos menos conocidos o regiones emergentes) y menciones especiales (Vino del Año, Wine Discovery, etc.).

Los vinos con los puntajes más altos en el reporte de Tim Atkin 2025 incluyen el Colomé Altura Máxima Malbec 2022 (99 puntos), que fue nombrado Tinto del Año, y el Catena Zapata White Bones Chardonnay 2023 (98 puntos), elegido Blanco del Año, ambos de Argentina. Otros vinos destacados con altos puntajes son vinos de Rioja con 98 puntos, como Artadi El Carretil 2022 y Viña el Pisón 2022, y el San Filippo Brunello di Montalcino Le Lucére (97 puntos).

Tim Atkin MW es una voz respetada, independiente y apasionada, que combina conocimiento técnico, sensibilidad y una gran curiosidad por los vinos del mundo. Detrás de cada vino hay una historia que busca ser contada, y las puntuaciones internacionales son una forma de reconocer ese esfuerzo, la pasión y la identidad que encierra cada botella. Cada año, los críticos más influyentes del mundo ponen a prueba miles de etiquetas, destacando aquellas que logran trascender por su equilibrio, autenticidad y carácter.



Brand Ambassador G.W. Yichang
Sommelier Certificada
@agusgoldsack.somm



CATENA ZAPATA

SINCE 1902



CATENA ZAPATA
BIRTH OF CABERNET



CATENA ZAPATA
MALBEC ARGENTINO



NICOLÁS
CATENA ZAPATA

www.catenazapata.com |  [catenawines](https://www.instagram.com/catenawines)

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

Revistas.PeruRadio.net.pe

Terru



ño en

movimiento

Bodega Antigal atraviesa una nueva etapa bajo la mirada inquieta de la enóloga Paula González. Con una filosofía centrada en la diversidad de suelos y microclimas, la casa mendocina busca que cada vino exprese su origen sin artificios. Conversamos con Paula sobre esta transición, su primer año en la bodega y el desafío de reinterpretar un clásico argentino desde la precisión.

Escribe: Valeria Burga

¿Qué te atrajo del proyecto Antigal?

Llegué recién en agosto del año pasado, así que esta fue mi primera cosecha. Siempre digo que ser enólogo implica dinamismo y curiosidad. No puedes quedarte en un solo terruño; hay que moverse, descubrir y elaborar en distintos lugares. Antigal me ofrecía trabajar con viñedos en Valle de Uco, principalmente en Gualtallary, una zona que considero una joya. Nunca había vinificado allí y era una oportunidad imperdible.

Antigal es una bodega con historia. ¿Cómo se combina la tradición y la innovación?

La bodega data de 1897 y fue completamente remodelada en los años 2000. Pasó de tener una capacidad de cinco millones de litros a apenas uno, para trabajar con mayor precisión. Hoy la





filosofía es dejar hablar al lugar. Tenemos tanques de acero inoxidable, huevos de concreto, ánforas de arcilla, fudres y piletas revestidas con pintura epoxi. La madera acompaña, pero nunca domina.

¿Qué zonas y variedades trabajan actualmente?

Tenemos tres viñedos: uno orgánico en Maipú —diez hectáreas de Malbec y Cabernet Sauvignon— y dos en Valle de Uco, en Gualtallary y La Arboleda. En Gualtallary hay 33 hectáreas plantadas, sobre todo de Malbec, pero también Sauvignon Blanc, Syrah, Chardonnay y Garnacha, que incorporamos recientemente. Además, contamos con 110 hectáreas en total, lo que nos permite seguir planificando futuras plantaciones.

Mencionabas una viticultura muy técnica. ¿Qué herramientas usan para conocer el viñedo?

Trabajamos con el geofísico Guillermo Corona para estudiar los perfiles de suelo y colocamos

sensores que registran temperatura y humedad cada diez minutos. Con esa información generamos mapas de microclimas dentro del viñedo. Así decidimos qué variedad plantar en cada sector según su exposición, tipo de suelo y riesgo de heladas. Es la base para evitar errores y potenciar la expresión de cada parcela.

También hay un giro hacia lo orgánico y lo sustentable. ¿Moda o convicción?

Para mí no es una tendencia, sino una forma de trabajar. No hay recetas en el vino: usamos distintas herramientas para que cada variedad se exprese. Las ánforas, por ejemplo, me sorprendieron; mantienen la fruta y dan una microoxigenación más rápida sin perder frescura. Además, la bodega está certificada como sustentable, usa botellas recicladas de menor peso y todos los vinos son veganos.

Tu vino ícono es One. ¿Qué lo diferencia?

One es un vino de parcela, un



single plot que proviene de sectores específicos de Gualtallary. Detectamos tres perfiles de suelo distintos dentro de un mismo cuartel y hoy vinificamos cada uno por separado: en fudre, huevo de concreto y tanque de acero inoxidable. Luego ensamblamos esos componentes. Es un trabajo casi quirúrgico, pero nos permite mostrar la complejidad del terroir sin apoyarnos tanto en la barrica.

El “1” en las etiquetas es muy distintivo. ¿Cuál es su historia?

El número uno nació casi por casualidad. Cuando se fraccionó el primer vino de la bodega, uno de los colaboradores cortó una pieza metálica en forma de “1” y la colocó en la botella para marcar el inicio. Ese símbolo se convirtió en emblema. Este año Antigal cumple veinte años desde aquel primer lanzamiento y haremos un restyling: el número seguirá, pero más integrado a las nuevas etiquetas.

¿Cómo se estructura hoy el portafolio?

Tenemos la línea 1, que muestra la diversidad de Mendoza con vinos blancos y tintos; 1 Platinum, que se enfoca en Valle de Uco, con más sofisticación y trabajo sobre los suelos; Adventus, que significa “la llegada” en latín, inspirada en variedades del Viejo Mundo elaboradas en el Nuevo Mundo; y finalmente nuestros Single Vineyards, los íconos de la casa.

¿Qué lectura tienes del consumidor actual, especialmente en Perú?

Percibo una evolución muy interesante. Cada vez hay más curiosidad, menos prejuicios y más apertura hacia nuevos estilos, vinos con menos madera o con identidad de origen. En Perú veo un mercado con gran potencial: su gastronomía impulsa la búsqueda de vinos distintos y los sommeliers están ávidos de aprender y experimentar.





No creas todo lo que ves

Por Soledad Marroquín*

Una afirmación drástica pero que si la vemos desde el prisma de las redes sociales nos pone en guardia, en alerta. Vivimos en la era de la creación de noticias falsas o fake news que ahora son perfeccionadas o creadas con la inteligencia artificial. La “mujer de Torenza”, un gato acusando con su patita al perro por el caos ocasionado en la cocina, dos presidentes besándose, o una cadena de noticias muy reconocida “informando” sobre el i3 Atlas con noticias muy alarmantes que nos hacen pensar en el fin del mundo o en la invasión de seres de otra galaxia.

La IA es una herramienta extraordinaria cuando es bien utilizada, pero también se convierte en un arma peligrosa en las manos que buscan acciones incorrectas y dañinas. La tecnología, incluida la inteligencia artificial, no es buena ni mala por sí misma: son una extensión de lo que somos. Si el objetivo de una persona es informar, crear arte o compartir datos, consejos o educación para mejorar la vida de otros, la IA es una gran aliada. Pero si alguien busca generar miedo, confusión, incluso manipular, la IA también brinda herramientas poderosas para hacerlo.

Lo preocupante es que en nosotros, los seres humanos, existe cierta fascinación por lo misterioso que va más allá de la realidad, del contexto o la verdad. Las historias como la “mujer de Torenza” que llega de un vuelo procedente de un país que no existe o informaciones sobre el i3 Atlas –sumado al silencio total de la NASA- si se trata de un meteoro o una nave alienígena interestelar, atrapan la atención porque apelan al deseo de creer que hay algo oculto o extraordinario detrás de nuestro mundo cotidiano. Por eso es importante que nos demos el tiempo para preguntar, verificar y entender con pensamiento crítico y actitud curiosa, lo cual será la mejor defensa frente al uso irresponsable de la IA.

Actualmente existen algunos indicadores para detectar cuando el contenido o imágenes es creado con IA. Aquí comparto algunas de ellas para que podamos seguir nuestra curiosidad con criterio:

1. Antes de compartir... observa dos veces. Detente y observa los detalles, rostros o manos extrañas con dedos de más, expresiones rígidas, piel sin textura.
2. Textos borrosos con errores en letreros o documentos, luces o sombras que no coinciden.
3. Escuchar con atención. Si es un video o audio, fíjate si la voz suena plana o mecánica, si los labios sincronizan con las palabras.
4. Verifica la fuente, quién lo publicó primero, ¿un medio reconocido o una cuenta anónima? Busca si otros medios confiables también lo reportan.
5. Usar herramientas de detección como InVID Project, Google Lens o AI or Not ayudan a revisar si una imagen o video fue generado por IA.

Esto nos recuerda algunos de los pilares de las bases del periodismo: observar, contrastar, verificar y tener sentido común. El tema es que hoy el escenario cambió y es completamente diferente. Ya no se trata de distinguir entre fuentes humanas, sino entre lo humano y lo sintético. Y si dejamos de usar el pensamiento crítico, el cerebro se volverá un músculo dormido y estaremos perdiendo nuestra principal esencia de ser humanos. Resulta esencial mantener viva y en movimiento nuestra mente en esta era de la inteligencia artificial que apenas empieza a desplegarse. No permitamos que la comodidad del algoritmo y la inmediatez adormezca nuestra capacidad de pensar, cuestionar y crear.



* Comunicadora gastronómica
@sol_marroquin



Heritage

MALBEC

PARAJE ALTAMIRA,
VALLE DE UCO,
MENDOZA, ARGENTINA

Des
cor
cha
dos
2025

94
PUNTOS



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

La herencia de la tierra

Con más de ocho siglos de historia, Segura Viudas encarna la tradición vitivinícola del Penedès y el arte del cava. Su legado combina innovación, respeto por la tierra y una búsqueda constante de excelencia. En Perú, sus reconocidas etiquetas llegan de la mano de Dolfi Vinos Gastronómicos, importadora y distribuidora oficial.

Pocas bodegas pueden presumir de que su historia se remonte al siglo XI y de haber conservado, a través del tiempo, el alma de sus orígenes. Segura Viudas, enclavada en el corazón del Penedès, no solo produce algunos de los cavas más reconocidos de España, sino que encarna una herencia que se alimenta del tiempo, del terroir y de la pasión de quienes han sabido cuidar cada detalle.

Lo que hoy es una moderna y prestigiosa bodega comenzó como una torre de vigilancia, una construcción visigoda que más tarde abrazó los estilos románico y gótico. En el siglo XIII, aquella torre perdió su función defensiva para convertirse en una masía, nombre con el que se conoce a las casas rurales catalanas. Desde entonces, la piedra, la tierra y el viñedo se entrelazan en una misma historia de labor y permanencia.







A finales del siglo XIX, cuando el Penedès descubría el potencial de sus variedades autóctonas y se aventuraba a aplicar el método tradicional de elaboración, Segura Viudas elaboró sus primeros vinos espumosos. Pero no fue hasta 1959 que nació oficialmente la marca, y una década después, en 1969, comenzaron a comercializarse sus cavas, que pronto destacaron por su elegancia, equilibrio y calidad artesanal.

Desde entonces, el nombre Segura Viudas se ha convertido en sinónimo de prestigio. La bodega ha acumulado innumerables premios internacionales, entre ellos el codiciado galardón de Vinitaly y el reconocimiento de la revista Wine & Spirits como Bodega del Año. Una trayectoria que refleja la constancia de una filosofía basada en el respeto por la tierra y la búsqueda incesante de la perfección.

Entre quienes mejor representan este espíritu está Pere Vilomara i Masip, responsable de producción y testigo viviente de la evolución de la marca. Su historia

es también la historia de Segura Viudas. Se incorporó a la bodega en 1971, con apenas quince años, y desde 1979 dirige los procesos de embotellado y etiquetado



con una precisión casi artesanal. «Llevo Segura Viudas en la sangre», confiesa. Su rutina comienza a las ocho de la mañana, recorriendo las instalaciones antes de sumergirse en la gestión diaria de una producción que supera las veinte millones de botellas al año.

«Calidad y servicio son nuestras obsesiones», asegura Vilomara. Junto a un equipo de casi doscientas personas, coordina una veintena de referencias, desde el clásico brut hasta las exclusivas botellas jeroboam, que todavía se trabajan a mano. Esa combinación de tradición y tecnología avanzada —la bodega puede procesar hasta un millón de kilos de uva al día durante la vendimia— es lo que mantiene viva la reputación de Segura Viudas como una bodega distinta, con alma propia.

En el paisaje del cava, la tierra y el clima del Penedès juegan un papel esencial. Su geografía diversa, con suelos calcáreos y arcillosos, ofrece el escenario perfecto para las tres variedades clásicas que definen el carácter del cava: Macabeo, con sus notas afrutadas y delicadas; Xarel·lo, la columna vertebral que aporta estructura y acidez; y Parellada, que confiere al vino su frescura y aroma sutil. Bajo un clima típicamente mediterráneo, de veranos suaves e inviernos templados, la



vid encuentra un equilibrio ideal que se traduce en cavas elegantes, vibrantes y longevos.

La Heredad Segura Viudas, rodeada de viñedos propios y un entorno natural privilegiado, no solo es un lugar de producción: es un símbolo de identidad. Allí, donde cada piedra parece contar una historia, se produce un cava que es fruto de la paciencia, del conocimiento transmitido entre

generaciones y de un respeto absoluto por la naturaleza. En palabras de Vilomara, «Segura Viudas siempre ha sido una bodega diferente». Esa diferencia reside en sus métodos y en su manera de entender el vino como expresión de una tierra que se honra con cada vendimia. Una herencia que se sostiene en el tiempo, transformando la historia en burbujas de elegancia y autenticidad.



BREAK THE GLASS
IN CASE OF EMERGENCY



Maridar emociones

Por Jasmine Rincón Morales*

¿Qué pasaría si antes de elegir qué comer nos preguntamos cómo nos sentimos? No se trata sobre qué hay en la despensa o qué está de moda, tampoco qué nos dijeron que es saludable; sino qué emoción nos habita, qué sabor la acompaña, cuál es la textura que la calma o la temperatura que la abraza. Comer no es solo ingerir un alimento, tenemos la facultad de decidir con qué queremos maridar lo que sentimos. Así como un vino puede realzar un plato, un plato puede armonizar una emoción. Y eso, aunque no seamos conscientes, lo hacemos todos los días. Cuando la nostalgia se instala, el cuerpo pide cucharas y vapor. No es casual: los platos de cuchara nacieron en el Neolítico, cuando el ser humano creó las primeras ollas de barro y descubrió que hervir podía sanar. Desde entonces, sopa, caldo, locro, curry o ramen no solo alimentan: reconfortan.

En cambio, cuando estamos de fiesta, el paladar se vuelve atrevido. La dopamina circula con entusiasmo, el contexto social activa la desinhibición, y el cerebro —en su afán de equilibrio— pide estímulos que lo aterricen. Por eso, cuando hay alcohol, se intensifica el deseo por sabores potentes: grasos, crocantes, ácidos, picantes. No es casual que el piqueo o aperitivo tenga esa arquitectura de contrastes. Es diseño emocional. Anticuchos con su ahumado profundo, alitas con glaseados dulces y picantes, tequeños que crujen como preludio de placer, tacos al pastor que combinan grasa, acidez y especias en una sinfonía breve. Todos saben que la alegría se sirve en capas y que el bocado correcto puede sostener la euforia sin romperla.

Hay días en que la mente está saturada y no tolera platos pesados. En esos momentos, lo ideal es recurrir a ingredientes frescos, crujientes, con notas verdes o cítricas. Un ceviche clásico, con su leche de tigre vibrante, puede ser un reset sensorial. Como si el limón y el cilan-

tro despejaran el ruido interno. Y cuando el cuerpo está cansado, lo que menos desea nuestro cerebro son más estímulos: quiere pausa. Una crema de zapallo con jengibre, un arroz aromático con cúrcuma o una infusión de jazmín son platos que se dejan comer sin esfuerzo y acompañan el descanso sin interrumpirlo.

La creatividad, en cambio, busca sorpresa. Ingredientes exóticos, fermentos, combinaciones inesperadas. Un tiradito de mango con ají amarillo o un postre de lúcuma con sal marina. Aquí la cocina se convierte en laboratorio emocional y el paladar en un lienzo. En la película *El Menú*, los comensales llegan a una isla movidos por emociones que no saben nombrar: culpa, vacío, arrogancia, soberbia. El chef no cocina para nutrir, sino para confrontar. Cada plato es una provocación. Y aunque la ejecución es impecable, nadie se siente mejor después de comer. Porque el menú no armoniza, castiga.

Esta columna propone lo contrario: comer como forma de escucha interna. Porque el sabor puede ser brújula y no un castigo. Maridar nuestras emociones es una forma de habitar lo que somos. Si el sabor coincide con lo que sentimos, ya no solo comemos, también nos reconocemos. A veces, lo que el cuerpo necesita no es sofisticación, sino sinceridad. No es espuma de maracuyá ni emulsión de ají; es una hamburguesa con queso bien hecha. Un plato honesto, sin pretensiones, que responde al instinto y no al protocolo. Y eso —escuchar al cerebro, seguir la emoción, elegir lo que realmente nos sostiene— puede incluso salvarnos la vida.



Neurogastrónomo y Sommelière
@laneurogastronoma



Luigi Bosca
SINCE 1901

DE SANGRE

MALBEC
Valle de Uco

Un vino con tensión, frescura y concentración.
ARGENTINA

T O M A R B E B I D A S A L C O H Ó L I C A S E N E X C E S O E S D A Ñ I N O

So



er Primero

Fiel a su lema Ser Primero, Bodegas Protos mantiene viva la esencia de Ribera del Duero desde 1927, combinando tradición, innovación y excelencia. Hoy, con etiquetas exclusivas para el canal On Trade gracias a Perufarma, su socio estratégico en Perú, Protos reafirma su lugar entre las bodegas más admiradas del mundo.



Desde su fundación en 1927, Bodegas Protos ha hecho de su lema 'Ser Primero' mucho más que un eslogan: es una filosofía que atraviesa cada decisión, cada innovación y cada botella. Nacida al pie del Castillo de Peñafiel, en el corazón de la Ribera del Duero, la bodega fue pionera no solo en la creación de grandes vinos, sino también en la consolidación de una denominación que hoy es símbolo mundial de excelencia vitivinícola. De hecho, fue Protos quien autorizó en 1982 el uso del nombre Ribera Duero para el naciente Consejo Regulador de la D.O.

Casi un siglo después, la historia de Protos continúa siendo la de un proyecto en constante evolución. De la medalla de oro obtenida en la Exposición Universal de Barcelona de 1929, a las modernas instalaciones diseñadas en 2008 por el estudio de Richard Rogers —Premio Pritzker de Arquitectura—, el hilo conductor ha sido



siempre el mismo: la búsqueda de la máxima calidad. Una búsqueda que hoy se traduce en un enfoque de viticultura de precisión, basada en el respeto por el entorno, el estudio del comportamiento de los clones de Tempranillo y una meticulosa vendimia manual por microparcels.

Tradición, innovación y una visión a futuro

El legado de Protos no se limita a la Ribera del Duero. Su expansión hacia la D.O. Rueda en 2006 y la D.O. Cigales en 2020 demuestra una visión integral de la viticultura española. Sin embargo, el alma de la bodega sigue profundamente ligada al Tempranillo, variedad que encuentra en estas tierras su máxima expresión. De viñas viejas cultivadas en suelos

pobres, de manos expertas que conocen cada cepa, nacen vinos que son el reflejo más puro del terroir.

Esa filosofía se materializa también en sus vinos de guarda. Protos Reserva, que llega ahora al mercado con cinco años de envejecimiento, y Protos Crianza, con tres años, superan holgadamente los tiempos exigidos por la regulación, reafirmando el compromiso de la bodega con la excelencia. Ambos vinos resumen el equilibrio entre elegancia, estructura y tipicidad que define a Protos.

Tres joyas exclusivas del canal On Trade

Este año, Protos reafirma su liderazgo con tres etiquetas des-

tinadas exclusivamente al canal On Trade en Perú gracias a Perufarma: El Grajo Viejo, Protos'27 y Aire de Protos. Tres interpretaciones distintas de un mismo principio: la fidelidad al origen y la búsqueda de la perfección.

El Grajo Viejo es la joya de la corona. Elaborado 100% con Tinta del País procedente de una única finca, representa la máxima expresión del terroir. Su crianza mínima de 18 meses en barricas francesas y 12 meses en botella le confiere una profundidad excepcional: fruta negra madura, finos tostados, equilibrio impecable entre acidez y tanino, y un



final largo y persistente. Un vino con alma de leyenda, avalado por 96 puntos en la Guía Peñín y 93 a 94 en críticos internacionales como Tim Atkin y Vinous. Protos'27 rinde homenaje a los once fundadores de la bodega. Es el resultado de más de una década de investigación sobre clones, levaduras autóctonas y selección de barricas. Con 16 meses de crianza en roble francés nuevo y un año de afinamiento en botella, se muestra elegante y expresivo, con notas de fruta roja y negra, toques de especias dulces y un final largo y armonioso. Un vino con carácter propio que combina tradición y modernidad, reconocido con 95 puntos por Decanter.

Por su parte, Aire de Protos ofrece una lectura más fresca y seductora del espíritu de la casa. Su original ensamblaje —Tempranillo, Garnacha, Albillo, Verdejo y Viura— da lugar a un vino de intensidad media y notable complejidad aromática, donde la fruta blanca y los recuerdos de melocotón se entrelazan con matices cítricos y rojos. Fresco, sedoso y equilibrado, es una apuesta diferente que reafirma la capacidad de Protos para innovar sin perder su identidad.

Un legado que mira hacia adelante

En casi cien años de historia, Protos ha sabido mantener el equilibrio entre tradición e innovación. De las galerías excavadas en la montaña bajo el



castillo de Peñafiel a las modernas instalaciones de Anguix, su compromiso con la calidad se ha mantenido inalterable. Hoy, su presencia en el ranking de las 50 Marcas de Vino Más Admiradas

del Mundo —según Drinks International— confirma lo que ya sabían quienes lo han seguido de cerca: que Protos no solo fue el primero, sino que sigue siéndolo.



Vino en movimiento

MontGras atraviesa una etapa de transformación que abarca imagen, portafolio y estrategia global. Con presencia en más de 30 países, la bodega apuesta por Latinoamérica como eje de crecimiento. De la mano de su importador Lc Group, Perú destaca por su gastronomía y un consumidor cada vez más curioso y sofisticado.

Escribe: John Santa Cruz / Fotos: Jaime Cuéllar

MontGras viene de un proceso de renovación importante. ¿Qué distingue esta nueva etapa?

Hemos modernizado la imagen, incorporado nuevas variedades y líneas, y reforzado la estrategia de presencia global. Hoy exportamos a más de 30 países y Brasil es nuestro mercado número uno. En Latinoamérica trabajamos fuerte en Brasil, México, Colombia, Ecuador, Argentina y, por supuesto, Perú, un país que nos llama mucho la atención por su cultura gastronómica y similitudes con el mercado brasileño.

¿En qué sentido se parecen ambos mercados?

En la cultura culinaria y en la forma de disfrutar el vino. El con-

sumidor se está “culturizando”, pasando de vinos de entrada a opciones más premium, experimentando más y maridando con comida.

¿Cómo está estructurado el portafolio de MontGras?

Somos una bodega amplia y diversa. Tenemos cinco viñedos propios en Colchagua, Maipo y Leyda. Desde allí construimos un portafolio que va desde vinos de entrada hasta íconos, además de líneas especialistas según terroir: Cabernet Sauvignon de alta gama del Maipo y uvas de clima frío en Leyda.

Hablemos de las líneas. ¿Cómo se presenta la gama de entrada?

Nuestra línea Reserva, inspirada en la ampelografía —la técnica que estudia el ADN de las variedades por sus hojas—, muestra la diversidad de Chile. Tiene unas diez variedades, es experimental y con un aporte muy sutil de madera para resaltar la fruta.

Luego viene Day One. ¿Qué representa?

Es un rango reserva más estructurado, con crianza un poco mayor. Está inspirado en el “día uno” de la cosecha, el momento crucial en que el enólogo decide cuándo la uva está en su punto exacto. Aquí ya hablamos de vinos de terroir: Leyda, Aconcagua, Maipo y Colchagua.





Y arriba de eso están los blends 4 y 5.

Sí. Además del corte enológico, invitamos a artistas internacionales a diseñar la etiqueta de cada edición. Buscamos que el arte dialogue con el vino y capture nuevos públicos. La edición actual, por ejemplo, la hizo un tatuador brasileño.

En Perú también está presente Antu.

Antu es nuestra línea single vineyard. Son vinos de parcelas seleccionadas, de baja producción y alta concentración. En Perú están el Cabernet Sauvignon del Maipo y el Carmenere de Colchagua. Es nuestra primera gama alta en el mercado.

Además está Amaral, enfocado en Leyda.

Exacto. Leyda es un viñedo muy especial por su cercanía al océano Pacífico y su diversidad de suelos: aluvial, granítico y calcáreo. Eso genera un Sauvignon Blanc con salinidad, acidez y mucha identidad. En Perú aún enviamos poco, pero es una marca más gastronómica, muy pensada para el canal horeca.

¿Qué vinos destacarías para el consumidor peruano?

El Sauvignon Blanc de Leyda de Amaral y el Day One Cabernet Sauvignon del Maipo. El primero es ideal para la gastronomía peruana; el segundo, perfecto para carnes y guisos.

¿Cómo ha crecido MontGras en Perú?

Muy bien. Hemos duplicado vo-

lumen año tras año y hoy crecemos entre 30% y 40%. Nuestro enfoque principal es el canal Horeca, porque creemos que es donde se construye la marca: hoteles, restaurantes y capacitaciones constantes.

¿Qué cambió con la nueva gerencia?

Seguimos siendo una viña familiar, fundada en 1993. El nuevo CEO, Felipe de la Jara, ya formaba parte del directorio y conoce profundamente la empresa. La reestructuración impulsa la sustentabilidad, la innovación y la expansión en mercados con alto potencial como los latinoamericanos.

¿Qué tendencias vienen para 2026?

Nuevas variedades y también vinos desalcoholizados o de bajo alcohol, que son una tendencia global. En Latinoamérica llegarán más lento, pero debemos adaptarnos para captar nuevas generaciones. Además, reforzaremos la oferta de enoturismo con novedades importantes.

A nivel personal, ¿qué te atrajo del mundo del vino?

Vengo del retail y siempre estuve ligado a alimentos y bebidas, pero el vino tiene algo único: te permite viajar, conocer culturas, gastronomías y terroirs. Me gusta llegar a un país, probar su cocina y pensar cómo se integra con nuestros vinos. Perú, además, está produciendo vinos muy interesantes y ganando reconocimiento internacional. Ese intercambio enriquece a todos.



La coctelería peruana hace historia en Hong Kong

Por Juan Diego Romero

El pasado octubre, Hong Kong se convirtió en el epicentro mundial de la coctelería con la ceremonia de The World's 50 Best Bars 2025. Este año los resultados trajeron una emoción especial para quienes creemos en el poder y el talento peruano. Por primera vez, dos bares peruanos ingresaron en simultáneo al codiciado ranking: Lady Bee, que alcanzó el puesto #13 y obtuvo el Michter's Art of Hospitality Award, y Sastrería Martínez, que debutó con una magnífica posición #33. Un reconocimiento histórico que confirma que Lima ya no solo mira hacia el mundo: el mundo la está mirando.

Tuve el privilegio de asistir a la ceremonia en Hong Kong representando a la revista Placeres, siendo testigo de un momento que va mucho más allá de los aplausos y las luces. Fue la validación de una escena que ha madurado, que entiende su identidad y que apuesta por la excelencia con coherencia. Ver a Lady Bee subir al escenario fue emocionante: su estilo basado en la sostenibilidad, la trazabilidad del producto y su enfoque cálido en la hospitalidad personifican la nueva generación de bares que conectan mostrando la cadena de valor y el detalle. Por su parte, Sastrería Martínez brilló por su elegancia conceptual y su propuesta que hila narrativa, diseño y peruanidad. Dos visiones distintas, un mismo mensaje: el Perú está listo para competir de tú a tú en las grandes ligas de la coctelería mundial.

El nuevo orden global de la coctelería

El ganador de este año mostró un giro interesante en la conversación global. Bar Leone, en Hong Kong, se llevó el primer lugar del mundo con apenas tres años de vida, una demostración de que cuando hay autenticidad y coherencia, el reconocimiento puede llegar rápido. Su propuesta reivindica lo esencial: coctelería clásica y precisa, ingredientes de calidad y hospitalidad real. Su filosofía de "cocktail popolarí" (cócteles para la gente) rescata la esencia de los bares de barrio italianos, donde la calidad de lo servido, el servicio y la experiencia están por encima del artificio. El lugar es cálido, cercano y acogedor, con una atención que te hace sentir parte del lugar y te invita a volver al día siguiente. Lorenzo Antinori logra que todo parezca fácil, natural, como si ese fuera el bar de tu propio barrio, solo que en Hong Kong. Bar Leone demuestra que la simpleza bien hecha también puede emocionar y, sobre todo, trascender.

En segundo lugar, Handshake Speakeasy, en Ciudad de México, reafirmó su liderazgo tras haber sido el número uno en 2024. Es un bar que combina precisión con una mirada culinaria, donde cada cóctel es parte de una experiencia sensorial diseñada

al detalle: servicio cronometrado, ambientación elegante e innovación constante desde su laboratorio interno. En tercer lugar, Sips, en Barcelona, mantuvo su puesto por segundo año consecutivo, confirmando su papel como uno de los grandes laboratorios de ideas de la coctelería mundial. Su famosa barra 'flotante' al centro de la sala y cócteles icónicos -como el Primordial, servido en un molde de manos- muestran que la creatividad puede convivir con espectáculo, siempre al servicio de la experiencia. El cuarto y quinto lugar fueron para Paradiso (Barcelona) y Tayer + Elementary (Londres), dos nombres que se han convertido en sinónimo de consistencia. Paradiso sigue deslumbrando por su creatividad y su capacidad de generar experiencias con un factor wow inagotable, mientras que Tayer reafirma su papel como espacio experimental, marcando tendencias de formatos y sabores año tras año.

Latinoamérica: del asombro a la consolidación

El otro gran protagonista regional fue Tres Monos de Buenos Aires, que alcanzó el puesto #10 y se mantuvo como el bar sudamericano mejor ubicado del mundo. Su fórmula: energía, autenticidad y un profundo sentido de comunidad. Representa el espíritu que une a toda una generación de bares latinoamericanos: la de romper moldes sin perder la raíz. Desde Hong Kong, lo que se respiró fue orgullo. No solo porque nuestros bares brillaron, sino porque lo hicieron en una ceremonia donde las grandes capitales -Nueva York, Londres, París- ya no tienen el monopolio de la creatividad. Hoy, el mundo mira hacia Lima, Ciudad de México y Buenos Aires con mucha expectativa. Además, los bares de Europa del Este y Asia tuvieron una representación cada vez más fuerte, algo importante para la globalización y descentralización de la coctelería.

Más que una lista, una señal de madurez

Lo ocurrido en esta edición de The World's 50 Best Bars no es casualidad. Es el reflejo de un trabajo constante y de una escena que ha aprendido a mostrarse con naturalidad y confianza. Los bares peruanos ya no buscan parecerse a nadie: defienden su estilo, su ritmo y su forma de hacer las cosas. Ese es, quizá, el verdadero salto de madurez.



Embajador de marcas, mixólogo y promotor de la coctelería peruana @jdromer



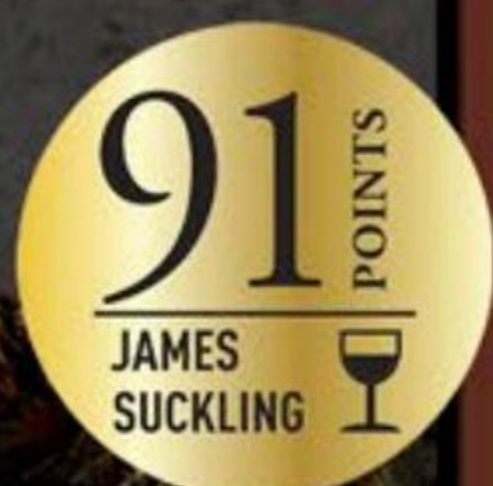
LUIS FELIPE EDWARDS

WINE OF CHILE

Cinso Cinsault 2022

D.O. ITATA VALLEY

100% CINSAULT



Importado y distribuido por LAMARTRADE PERU S.A.C.

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

Revistas.PeruRadio.net.pe

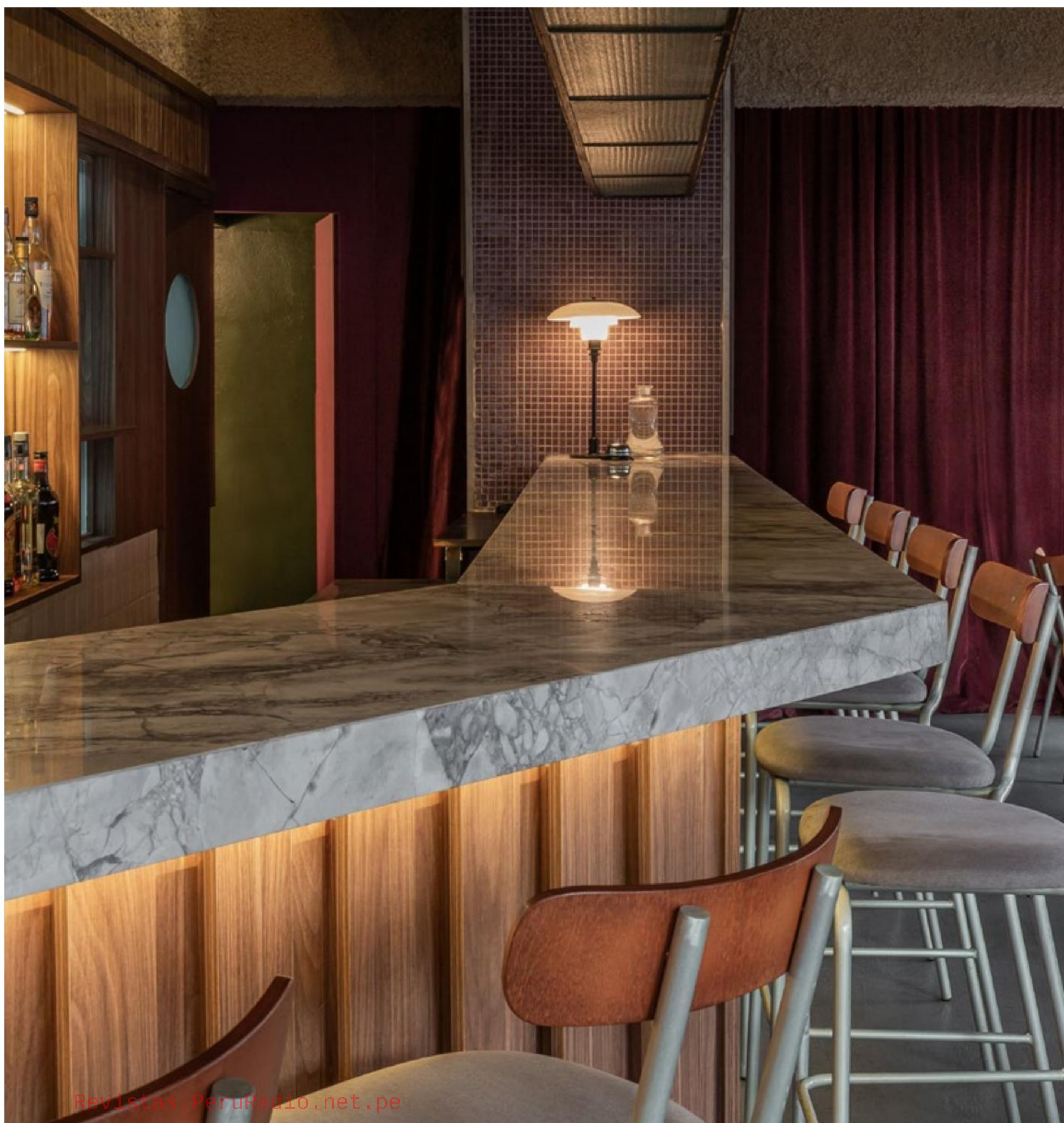


URUGUAY: COCTELERÍA CON IDENTIDAD NACIONAL

Montevideo vive una nueva era detrás de la barra: una coctelería que honra su pasado mientras proyecta una identidad moderna y auténtica. Desde el espíritu viajero de Baker's hasta la memoria restaurada del Bar Paysandú, la ciudad combina técnica, historia y hospitalidad.

Por Karen Alvarez

Hace diez años que no pisaba Montevideo. Volver después de tanto tiempo fue encontrarme con una energía nueva: la de una ciudad que ha sabido mirar su pasado sin miedo y construir, desde él, una identidad moderna en torno a la hospitalidad y la coctelería. Detrás de cada barra, en cada conversación, sentí una conciencia colectiva que contagia. La hospitalidad se vive y respira. Había escuchado mucho sobre la escena local, y especialmente sobre Baker's Bar, un espacio que se había vuelto referente en toda Sudamérica. Conocí a Andrés y a Poro to durante un encuentro en Medellín, y me intrigaba entender cómo un proyecto nacido en una esquina de barrio había logrado redefinir la idea de hospitalidad en Uruguay.





Desde afuera, Baker's parece uno de esos bares donde las historias se desarrollan en voz baja. Luz cálida, una barra imponente que ocupa la mayoría del salón, copas que tintinean al ritmo de una conversación y la buena música. Pero al cruzar la puerta entendí que su verdadero secreto no era la estética, sino la energía. Hay algo profundamente humano en la manera en que el equipo recibe a cada persona. Aquí la hospitalidad no es solo algo que se dice, es una práctica diaria, casi una filosofía.



Baker's abrió en 2016 con una visión simple: hacer de la barra un punto de encuentro real. Su nombre rinde homenaje al espíritu viajero de Charles Baker, un explorador que por encargo de la entonces existente aerolínea PANAM recorrió el mundo narrando sus aventuras por Sudamérica. Llegó a Uruguay, se enamoró del lugar y decidió quedarse. La historia de este personaje se desarrolla a lo largo de la carta. En cada cóctel se percibe una mezcla entre la técnica moderna como clarificados, fat-wash y el respeto por lo clásico, con un especial énfasis en el uso de ingredientes locales.



Uno de ellos es **Rosa Negra**, un licor de miel elaborado a base de grappa destilada sobre un alambique de leña, que nace de los orujos de la uva y aporta sabores únicos a las mezclas. Probé el **¿Hay café?**, un cóctel con whiskey, cold brew, vainilla y tonka. Entendí por qué Baker's fue incluido en *The World's 50 Best Dis-*

covery en 2022. No fue solo por la calidad de su propuesta, sino por su capacidad de representar también la madurez de la coctelería uruguaya

Siguiendo con mi corta, pero significativa ruta de bares llegué a Patio Euskadi, una casa con terraza que busca transportarnos a otra latitud: el País Vasco. Adrián, el jefe de bar, menciona lo siguiente: «Queremos que la gente entienda lo que está tomando, que sepa de dónde viene cada ingrediente, que reconozca los procesos». La carta está construida con cócteles de técnicas modernas entre clarificaciones, lactofermentos, maceraciones, carbonataciones, pero con un hilo conductor muy claro: las raíces españolas. Cada cóctel cuenta una historia. Probé el **Clarito de Pera**, una mezcla sutil y elegante que une el espíritu del lugar: coctelería contemporánea con alma clásica.

Montevideo parece haber entendido algo que muchas ciudades aún están buscando: que la modernidad no está en destruir lo anterior, sino en resignificarlo. Lo sentí con fuerza cuando llegué al Bar Paysandú, una esquina del centro que guarda más de cien años de historia. Su fachada, de 1910, parece detenida en el tiempo: mosaicos antiguos, ventanas altas, una barra que invita a quedarse. Durante décadas fue uno de los bares más concurridos de la ciudad, atendido por un gallego conocido como Pepe, famoso por tener uno de los mayores acopios de whisky del puerto.





Luego, el silencio. El bar cerró durante casi cinco años y parecía condenado al olvido

Pero Uruguay tiene una relación especial con su historia: no la abandona, la restaura. Y el renacer de Bar Paysandú es un ejemplo perfecto. En 2024 volvió a abrir sus puertas con una propuesta que combina respeto y modernidad. La nueva gestión liderada por Joaquín Casavalle y sus socios entendieron que el valor del lugar no estaba solo en sus paredes, sino en lo que representaba: la memoria colectiva de una ciudad. Hoy es un espacio que celebra la tradición con una mirada contemporánea. Desde sus platitos para acompañar el vermut hasta su carta de cócteles que combina clásicos con toques locales, todo está pensado para que el visitante viva la historia, no solo la observe

Me senté en la barra y pedí el **Negroni Oxidado**, una creación de Charli Tambone, el bartender creativo. Llevaba gin, vino licoroso nacional Memorias, mandarina y olivas. Suena simple, pero su sabor tiene profundidad. Ese cóctel era, de alguna manera, una metáfora del bar: un clásico que acepta el paso de los años con elegancia, sin perder su esencia y comunica sus raíces. Lo más fascinante de Bar Paysandú es que no se limita a servir copas: genera comunidad. Organizan ciclos de tango y vermut, eventos culturales, encuentros entre bares locales y extranjeros. Hace poco celebraron su aniversario



con la participación de Frank's y 878 de Buenos Aires, una muestra de hermandad coctelera que trasciende fronteras.

Este fenómeno de recuperación histórica no es una tendencia pasajera. Es una política emocional y cultural. La ciudad ha apostado por rescatar sus bares patrimoniales no solo como espacios gastronómicos, sino como centros de identidad barrial. Como ejemplo de ello tenemos a El Santa Catalina café, el Montevideo al Sur o el propio Paysandú. Este viaje, aunque breve en tiempo, fue inmenso en significado. En solo dos días descubrí mucho más que bares: encontré una comunidad que defiende su identidad líquida con convicción sin olvidar sus raíces.

Vi un país que entiende que la hospitalidad no se trata solo de servir, sino de cuidar; que la historia no está en los museos, sino en las esquinas donde aún se mezclan el café, el vino y el vermut local. Montevideo no busca copiar modelos, busca crear los suyos. Desde la esquina cálida de Baker's hasta la propuesta innovadora de Patio Euskadi, pasando por la memoria viva del Bar Paysandú, todo parece responder a una misma pregunta: ¿cómo honrar las raíces mientras se mira hacia el futuro? Y la respuesta está en cada copa bien servida, en cada brindis compartido, en cada bartender que entiende que detrás de un cóctel hay un pedazo de cultura, recordándonos que la hospitalidad también puede ser una forma de identidad nacional.



La ruta Medellín

Ron Medellín sale de los circuitos clásicos para conquistar nuevos territorios limeños. La marca colombiana impulsa una ruta de sabores que conecta técnica, identidad y carácter.

Escribe: Valeria Burga / Fotos: Jaime Cuellar

Ron Medellín une a bartenders, sabores y estilos bajo una misma bandera: el ron colombiano que hoy se reinventa con fuerza, fresca y un espíritu joven que lo impulsa a conquistar nuevos territorios. Detrás de esta propuesta está el reconocido bartender Jibson Salazar, quien impulsa una visión clara: llevar el ron más allá de los circuitos tradicionales de coctelería limeña. «No queríamos quedarnos solo en Miraflores o Barranco. Queremos que el ron se vea por todos lados, en distritos como Los Olivos o Pueblo Libre», explica.

El viaje de Jibson con Ron Medellín empezó de forma natural. «Venía de trabajar con pisco, también un destilado, así que la transición al ron fue orgánica. Lo que más lo sedujo fue su versatilidad: «Es un ron que puedo disfrutar solo. Se deja combinar y mantiene su carácter. En los clásicos o en versiones nuevas, siempre queda bien». Con más de veinte años en el mercado peruano, Ron Medellín es una etiqueta conocida, pero la marca decidió dar un paso más: renovar su imagen y conectarse con un público más joven, sin perder la esencia de su origen. El rediseño de las botellas de



8 y 12 años simboliza esa búsqueda. Esa filosofía también se refleja en esta ruta. Cada parada ofrece un cóctel distinto, una historia nueva y un punto de vista propio sobre cómo reinterpretar al ron.

MUNAY (LOS OLIVOS)

En un distrito donde la coctelería de autor recién empieza a florecer, Munay es una sorpresa. «Encontré un bar que trabaja con criterio, que hace sus propios jarabes y licores, algo diferente para la zona», cuenta Jibson. El bartender Alejandro Heredia preparó el Elixir de medianoche, un cóctel con Ron Medellín 8 años, cacao, café, chancaca y amaretto: un cóctel profundo, oscuro y cálido, que equilibra dulzura y carácter.

TERRAZA LIMA CLUB (CERCADO DE LIMA)

Frente a la Plaza de Armas, Terraza Lima Club es el nuevo bar que adoptó a Medellín como ron de la casa. Allí, Jonathan Ramos presenta Perla del Pacífico, un cóctel inspirado en el trópico y en la técnica del clarificado. Lleva Ron Medellín 12 años, piña clarificada, horchata de almendras especiada, limón tahití y té negro, con granos de café y sachaculantro como garnish. Aquí Jibson también hizo gala de una coctelería clásica, pero con su propio sello. El Rumgromi con Medellín lleva Ron Medellín 12 años, Campari infusionado con granos de café Juan Valdez, vermut rosso, aceite de





naranja y mezcla de sal marina con togarashi.

CAPITANNA (PUEBLO LIBRE)

El reconocido bartender Raúl Flores suma su creatividad en Capitanna con un cóctel que combina Ron Medellín 8 años, zumo de piña, bitter de chocolate, orgeat, limón criollo y una espuma de fresa con sal de togarashi. Una mezcla audaz que captura el espíritu contemporáneo del bar: rescatar ingredientes locales y elevarlos con técnica.

BOOZE BAR (MIRAFLORES)

Finalmente, en el corazón de Miraflores, Booze Bar propone Fancy, una creación de Ricardo Ruiz que lleva Ron Medellín 12 años, jerez, Luxardo Bitter Bianco, orange bitter y unas gotas de aceite de oliva. Un cóctel elegante, sobrio, que conecta al ron con el universo del aperitivo sin perder su alma caribeña.

La ruta de Ron Medellín no es solo una acción de marca, sino una narrativa viva: la del ron como punto de encuentro. En cada bar, los bartenders reinterpretan su perfil para dialogar con ingredientes peruanos, técnicas contemporáneas y contextos distintos. «Queremos que la gente vea que el ron no es solo para beber puro o con hielo. Es un destilado que puede contar historias, que puede ser clásico o moderno. Ron Medellín tiene esa capacidad de adaptarse sin perder su identidad», culmina.





Cuando la buena mesa abraza un propósito

Por Rosa Bonilla*

En la última edición de los Premios SUMMUM, el término gastronomía con propósito dejó de ser una tendencia para convertirse en una declaración de principios. La categoría dedicada a la gastronomía sostenible —que reconoce a quienes entienden la cocina como un acto de respeto hacia el alimento, el productor y el entorno— ha ganado el espacio que merecía. No se trata solo de aplaudir sabores, sino de premiar conciencia.

Entre los nombres que encarnan este cambio destaca Palmiro Ocampo, chef y fundador de Ccori, quien recibió el Premio Gastronomía con Propósito por su lucha contra el desperdicio alimentario. Su filosofía es simple y radical: cocinar es honrar cada ingrediente. En sus manos, las cáscaras, tallos y semillas encuentran una segunda vida: lo que antes se desechaba, hoy se transforma en fuente de sabor y nutrición.

También vale reconocer los pasos dados en años recientes: la inclusión de categorías como Sostenibilidad o Gestión de Ollas Comunes en SUMMUM 2023 marcó un punto de inflexión.

Por primera vez, la conversación gastronómica se amplió más allá del plato, hacia quienes garantizan que ello exista: agricultores, cocineras comunitarias, recolectores y emprendimientos que dan sentido social a la cocina peruana.

Sin embargo, el reto recién comienza. Aún falta medir con rigor el impacto real de estas prácticas —cuánto desperdicio se evita, cuántos productores se benefician— y ampliar la visibilidad de proyectos pequeños fuera del radar limeño. La sostenibilidad no debería ser una categoría aparte, sino el corazón de toda experiencia gastronómica que aspire a durar. Celebrar el sabor está bien. Pero celebrar el sabor que cuida, transforma y comparte eso —como diría Palmiro— es cocinar con propósito.



Especialista en desarrollo sostenible
@catadonacata



CL-BIO-001
Chilean Agriculture



VEGAN

MONTGRAS

— BOLDLY ATTRACTIVE WINES —

MONTGRAS DAY ONE

Inspirados en el primer día que comienza la cosecha de cada una de sus variedades. Uvas recolectadas a mano de viñedos seleccionados ubicados en D.O.s altamente reconocidas para dar a conocer vinos de destacada calidad que reflejan fielmente su lugar de origen.

Importado y distribuido por L.C. GROUP S.A.C.



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

ADN PISCO

ADN Pisco nace como un tributo al pisco y a la identidad peruana. Con coctelería de autor a base de Cepa Inka y una carta de piqueos que celebra los sabores locales, este nuevo espacio invita a vivir una experiencia donde tradición y modernidad se entrelazan en cada cóctel.

Fotos: Jaime Cuellar



ADN Pisco es el reciente proyecto de Cepa Inka, bodega pisquera de Lunahuaná reconocida por rescatar cepas tradicionales como la uvina y elevar su producción artesanal al más alto nivel. Bajo la dirección de los esposos Miguel Faustino y Alisson Barragán, este nuevo restobar busca rendir homenaje al pisco como símbolo nacional y a la vez acercarlo a nuevas generaciones de consumidores a través de una propuesta contemporánea y sensorial.

La madre de Miguel, doña Estela, fue quien comenzó a embotellar y vender el pisco que su esposo elaboraba en casa, sin imaginar que años después esa pasión daría origen a dos marcas: Estela y Cepa Inka. La primera, dedicada a la cepa Italia; la segunda, con un portafolio más amplio que





incluye Quebranta y Uvina. Precisamente esta última —una uva poco común en la coctelería— se ha convertido en el sello distintivo de la casa.

En ADN Pisco, nuestro destilado de bandera se asume como punto de partida, no como límite. «Queremos que el cliente viva una experiencia, no solo que venga a tomar un cóctel», explica John Juárez, jefe de barra con más de catorce años en la industria. «Después de tres años fuera de las barras, regresé con la idea de crear algo diferente: una carta que dialogue con los sabores peruanos y los destilados de la casa, pero también con mi recorrido por el norte y la selva»

La carta de cócteles ofrece doce creaciones originales donde el pisco brilla en distintas expresiones. El emblema es, sin duda, el ADN, preparado con pisco Uvina Cepa Inka, un puré artesanal de frutos rojos —arándanos, fresas, zarzamoras y frambuesas—, un toque de limón y ginger beer. El resultado es un cóctel fresco, afrutado y equilibrado de carácter vibrante y aroma herbal gracias a la hierbabuena que lo corona. «Con este cóctel quisimos rendir homenaje a la cepa Uvina, una uva olvidada que merece volver a tener protagonismo», explica.

Otro de los favoritos es el Viaje a la Selva, un cóctel con pisco Italia que combina cordial de fresa, zumo de camu camu y soda amazónica. Se sirve acom-

pañado de una pequeña brocheta de cecina ahumada, pensada para morder después del primer sorbo. «Queremos que el cliente sienta esa explosión en boca, ese umami amazónico que conecta la bebida con el piqueo. Buscamos que cada cóctel tenga identidad, historia y un vínculo con los insumos peruanos»

La propuesta gastronómica se acompaña con la misma filosofía. Entre los piqueos ideales para compartir destacan los patacones con cecina y chorizo regional, acompañados de una vibrante salsa de cocona, perfecta para maridar con el Viaje a la Selva; el tartar de salmón ahumado en doble leche de tigre —de ají amarillo y rocoto—, con palta y chalaquita de quinua; y las costillas BBQ con salsa smoky y ensalada.

El entorno acompaña la experiencia con murales inspirados en el arte popular, iluminación cálida y una selección musical que va del funk al latin soul, creando un ambiente donde la tradición se viste de modernidad. ADN Pisco no busca ser solo un bar, sino un espacio de encuentro donde la cultura pisquera, la gastronomía y la hospitalidad se entrelazan para contar una historia. «Hay muchos bares con pisco, pero pocos dedicados realmente al pisco. Queremos ocupar ese espacio: ser una vitrina viva del destilado, de su versatilidad y de su alma», culmina John. Los encuentras en Av. Primavera 120, Santiago de Surco.



La bibliote



Bebida líquida

Carlos Vargas Veramendi ha logrado algo inusual: unir la alquimia de la coctelería con la magia de la palabra escrita. Escritor, lector empedernido y fundador del proyecto La Biblioteca Líquida, traduce obras literarias en cócteles que condensan emociones, personajes y atmósferas.

Escribe: Valeria Burga | Fotos: Cristhian Cisneros

¿Cómo nació la idea de convertir libros en cócteles?

La propuesta nació de una inquietud personal. Cada vez que terminaba un libro, me hacía el juego mental de imaginarlo como un cóctel. ¿Podría una historia tener un sabor? Con el tiempo, ese juego se volvió un ejercicio creativo y, finalmente, un proyecto real.

¿Desde cuándo sientes esa conexión con la literatura?

Desde niño. El primer libro que leí fue El Principito, y me marcó tanto que lo tengo ahora convertido en un cóctel. Representa la inocencia y la curiosidad con la que empecé a leer.

Pero antes fuiste abogado...

Sí. Siempre quise ser escritor,

pero sabía que en un país como el nuestro vivir de eso era difícil. Estudié Derecho en San Marcos, ejercí ocho años, hasta que un accidente empresarial —que logré revertir— me empujó a independizarme. Esa independencia económica me dio finalmente libertad para dedicarme a lo que amo: escribir, viajar y crear.

¿Y cómo entra la coctelería en esa historia?

Mi empresa, Industrias Kamil, produce insumos para la coctelería. Para entender mejor el rubro decidí estudiar bartending, y ahí descubrí la coctelería de autor. Noté que muchos cócte-

les tenían nombres sofisticados, pero sin sentido. Me obsesioné con la idea de darles coherencia, como si cada cóctel contara una historia. Descubrí incluso que esa pasión tiene nombre: onomaturgia, el arte de crear nombres con significado.

¿Recuerdas el primer cóctel literario que creaste?

Sí: Mefistófeles, inspirado en Fausto. Quise representar al demonio seductor que ofrece placeres a cambio del alma. El cóctel es rojo, elegante, con aromas cítricos y especiados. Amargo y

dulce a la vez. Es tan bueno que su lema era: 'No te importará vender tu alma'.

¿Cómo se estructura la Biblioteca Líquida?

Durante años imaginé cócteles basados en libros que marcaron mi vida. La Biblioteca Líquida surge cuando decido tomármelo en serio: reunir mis dos pasiones —literatura y coctelería— y traducir diez obras al 'idioma líquido'. Para eso trabajé con dos mentores: Rafael Zavala, maestro coctelero, y Mario García Falcón, Premio Nacional de Literatura. Juntos dimos forma a la carta. Tiene tres capítulos. El primero, *Pactos con el destino*, reúne historias de pasión y tragedia: Mefistófeles, Werther y Leonard & Marianne. Este último se inspira en la historia real de Leonard Cohen y su musa: un amor epistolar y azul, como el mar de Grecia.

El segundo, *Escritores malditos*, es una oda a la bohemia: ahí están El viejo y el mar de Hemingway —con ron y licor marino Sinsonte Chalaco—, Los amantes malditos, como homenaje a Rimbaud y Verlaine, y Bukowski Sour, donde elegí el whiskey Jim Beam por su aspereza, tan acorde con el espíritu de Bukowski. Y el tercero, *Amores y memorias*, rinde tributo a la nostalgia: Florentino Ariza, Un mundo para Julius y Antes de Santiago, mi propia novela. En esta última, dos per-





sonas renuncian al WhatsApp para escribirse cartas. Fue como reescribir mi libro, pero esta vez en el idioma de la coctelería.

También hay cócteles sin alcohol, ¿no?

Sí. El capítulo se llama *Un mundo inocente*, donde está El Principito y pronto estarán Matilda y Charlie y la fábrica de chocolates. Son cócteles vírgenes que evocan la niñez y la fantasía.

¿Qué hace única a la Biblioteca Líquida?

Que no existe nada igual. No es una barra cualquiera. Es una biblioteca itinerante donde los libros se beben y los cocteles se leen. Cada cóctel tiene un argumento, una voz, un sabor emocional. No se trata solo de mezclar, sino de narrar con aromas y sabores.

¿Qué sigue para el proyecto?

Por ahora, recorrer ferias culturales con la barra móvil. Empezamos en octubre en La Feria Internacional del Libro de Jauja y este mes estaremos en La Feria del Libro de La Molina y el Festilibro de Arequipa. Pero el sueño grande a mediano plazo es contar con un bar cultural con local propio y publicar el libro "La Biblioteca Líquida: 25 cócteles de autor inspirados en Pisco & Literatura". Será mi cuarto libro, y el primero que no sea de ficción, sino un recetario narrativo.

Conoce la Charapita Ale

Por Silvia de Tomás

¿Sabías que existe una categoría en el mundo cervecero llamada *Chili and Fruit Beer*? Este estilo reúne creaciones elaboradas con distintos tipos de ajíes, buscando complejidad en sabor y aroma: desde matices frutales —cítricos o dulces— hasta diferentes niveles de picante. La base puede ir de una Golden Ale a una Sour, y la clave está en la imaginación del maestro cervecero: en cómo equilibra la frescura, las capas sensoriales y el momento preciso para añadir cada ingrediente.

El Perú posee más de 350 variedades de ajíes, rocotos y pimientos registrados, un patrimonio que ofrece infinitas posibilidades para innovar en cervecería. Recuerdo cuando participé como jueza en la *World Beer Cup* en Colorado (Estados Unidos), y me tocó catar una ronda de *Chili and Fruit Beers*. Quedé fascinada con las propuestas de muchos colegas. Al volver a Perú, aquella experiencia se convirtió en el deseo de crear algo propio, con identidad, balance y frescura.

Explorar la cerveza desde una mirada culinaria es una aventura apasionante, sobre todo cuando se comparte con profesionales como Aldo Yaranga, chef del restaurante Awa, referente de la alta cocina amazónica contemporánea. Aldo estudió en Le Cordon Bleu y perfeccionó técnicas en el Basque Culinary Center. Fue jefe de cocina en Malabar, junto a Pedro Miguel Schiaffino, y trabajó en países como España, Italia, Brasil y Uruguay. Lo admiro por su sensibilidad y respeto por el producto local. Desde que nos conocimos, compartimos el anhelo de crear juntos una cerveza que acompañe y eleve la gastronomía amazónica que él interpreta con tanto arte.

Así nació Charapita Ale, una colaboración entre *Two Broders* y Aldo Yaranga. El proceso creativo fue intenso: exploramos raíces y botánicos de la selva como el chuchuhuasi, la uña de gato y el sachaculantro, hasta decidirnos por una combinación profundamente arraigada en la cocina regional: ají charapita y cocona.

La cocona (*Solanum sessiliflorum*) es una fruta tropical pariente del tomate, de pulpa jugosa, aromas cítricos y un sabor fresco con notas ácidas y frutales. El ají charapita, diminuto y de color amarillo intenso, es uno de los mayores tesoros de la Amazonía: su picor es amable, elegante, con destellos frutales y tropicales. Buscamos trasladar esta dupla tradicional al universo líquido, creando una bebida que exprese esos matices con ligereza, equilibrio y elegancia —ideal para acompañar experiencias gastronómicas contemporáneas.

En la receta utilizamos malta y trigo malteado, junto con una adición generosa de cocona tanto en caliente como en frío, para lograr mayor profundidad aromática. Para el ají charapita elaboramos una tintura, lo que nos permitió regular la intensidad del picante y resaltar su carácter cítrico. La maduración toma alrededor de 30 días, tiempo en que los aromas, sabores y texturas se integran en perfecta armonía.



Durante la cocción recibimos la visita de Ricardo Ehni, chef del restaurante *Tragaluz*, con quien realizamos pruebas sensoriales para evaluar distintas intensidades del ají sobre bases como American Lager y Session IPA. Esa experiencia confirmó algo esencial: cocineros y cerveceros compartimos un mismo lenguaje. A través de la comida y la cerveza expresamos creatividad, identidad y territorio, buscando generar emociones auténticas. Cada producción continúa evolucionando: ajustamos intensidades, afinamos el balance y exploramos nuevas dimensiones sensoriales. Esa es la esencia de la cerveza de especialidad: su capacidad de transformarse.

Charapita Ale invita a descubrir los sabores del Perú profundo. En cada trago se siente la selva: la fruta fresca, la humedad del bosque, el picor amable del ají que despierta los sentidos. Su versatilidad permite imaginar un menú degustación junto a Aldo Yaranga, donde cada plato dialogue con la cerveza: la acidez de la cocona realizando un tiradito amazónico, el toque picante del charapita abrazando un paiche a la brasa con puré de yuca o su frescura equilibrando una pesca blanca de río.

Elevar la cerveza al nivel gastronómico es mucho más que un ejercicio técnico: es una forma de contar quiénes somos. Puedes disfrutarla directamente del barril en Cebichela San Borja, Awa Miraflores y La Patashka Tarapoto. ¿Te animas a descubrir a qué sabe la Amazonía cuando se convierte en cerveza? Estoy segura de que encontrarás un mundo distinto por explorar. ¡Salud!



Jueza de Cervezas Nacional
acreditada por BJCP
@silviadetomas

EST. 1927

Protos

SER PRIMERO

*Más que un vino.
El resultado de un espíritu
que siempre busca*

LA EXCELENCIA

93

Vinous

93

Wine
Enthusiast

94

Peñin



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

Revistas.PeruRadio.net.pe

KANAY

CREATIVIDAD Y HOSPITALIDAD

Una propuesta que fusiona cocina de autor y coctelería creativa, impulsada por el talento de Henry Tapia y Abel Arteaga. En Kanay, la sostenibilidad, el producto local y la hospitalidad se convierten en protagonistas. Un espacio donde la simplicidad se transforma en una experiencia memorable de sabor y autenticidad.

Kanay, el restaurante de Ibis Budget, decide romper el molde del mercado hotelero. Aquí, la simplicidad se combina con respeto al producto, creatividad y una hospitalidad que refleja la camaradería que caracteriza al sector. Bajo esta premisa, el equipo liderado por el chef ejecutivo Henry Tapia y el bar manager Abel Arteaga ha construido una carta que celebra el sabor, la sostenibilidad y la experiencia.

Para Abel, la propuesta de bar debía fluir con naturalidad: nada de complicaciones innecesarias, nada de llevar a extremos las técnicas. La clave estaba en reversionar clásicos, hacerlos accesibles, replicables y, sobre todo, memorables. Así nacen los cócteles que juegan con nombres propios —como la Ibis Colada—. Esta estrategia no solo aporta personalidad y cercanía con la marca, sino que se alinea con el gusto peruano, que suele incli-





EL TALENTO ES UNA CHISPA,
ANAY ©
LLAMA.

narse hacia lo dulce o lo ácido intenso.

La carta de bar incluye nueve cócteles de autor y tres mocktails, todos trabajados con un enfoque sostenible: se aprovechan los insumos al 100%, se reutilizan subproductos y se prioriza la estacionalidad. Además, Arteaga destaca el potencial de los cócteles sin alcohol, un nicho emergente en Perú que, más allá de lo “instagramable”, abre oportunidades para nuevos horarios, eventos diurnos y mayor empleabilidad en el sector. En Kanay, beber sin alcohol también es parte de la experiencia: opciones como Refrescante, con Amaro Zero, o Bloom Tonic, con cordial de lychee y tónica blossom, conviven con propuestas de carácter más clásico como El Incomprendido, que combina vodka, lillet blanc, jerez y un extracto de sésamo.

Si la barra aporta frescura y buen ritmo, la cocina de Henry Tapia suma profundidad, técnica y una marcada influencia del territorio. Su carta, totalmente de autor, parte de productos locales y tradiciones reinterpretadas. Tapia trabaja con insumos que conectan con la identidad peruana, como la arcilla comestible traída de Puno, usada para presentar los langostinos en ‘piedras’ que se degustan junto a una emulsión de ají amarillo. El resultado es un juego visual y de





texturas que sorprende sin perder la raíz.

En su propuesta aparecen platos veganos y vegetarianos —como el hummus con berenjenas grilladas o el huerto comestible servido sobre una tierra hecha de pan campesino, trufa y carbón activado—, así como fondos que celebran el fuego y la brasa. La entraña a la parrilla con fettuccinis en salsa de hongos aromatizada con yagránis es uno de los más representativos. También destaca un arroz verde con pollo en dos cocciones, que incorpora cerveza negra y huancaína ahumada, un giro contemporáneo a un clásico peruano. Los postres tampoco se quedan atrás: desde el volcán de matcha con helado de sésamo negro hasta el canole tiramisú con helado de betis, cada uno muestra la sensibilidad creativa del equipo de pastelería.

Kanay es, finalmente, el reflejo de un concepto donde la sencillez no significa limitación, sino honestidad. Un espacio donde la coctelería se encuentra con la cocina de autor para construir experiencias que sorprenden y reconfortan. Un recordatorio de que incluso en un hotel se puede vivir una propuesta de alta sensibilidad, sabor y hospitalidad. Aquí, el respeto por el producto y el cliente se entrelazan para crear momentos que permanecen. Visítalos en Calle Alcanfores 699, Miraflores.



Sabor de dos mundos

Parisien reinterpreta la tradición francesa con alma peruana. Su cocina artesanal y su coctelería con Pisco Intipalka invitan a saborear la armonía perfecta. Visítalos en Av. Felipe Pardo y Aliaga 598, San Isidro.

Fotos: Jaime Cuellar





Parisien no es solo un restaurante: es una pequeña celebración del gusto, una mesa donde la gastronomía francesa se reencuentra con el alma peruana. El proyecto nació de la amistad y la pasión por la panadería. El experto en panadería Xavier Fossi ya era conocido por su Boulangerie, donde el pan y los postres tenían algo que pocas veces se encuentra. Quería hacer algo más grande, pero sin perder esa sensación de bienestar después de comer. Así, junto a sus socios, decidió crear un espacio donde la panadería artesanal, la pastelería fina, la charcutería y una cocina honesta conviven bajo el espíritu de un bistró francés contemporáneo.

Un bistró es un lugar para el día a día, para volver. Pero en Parisien la rutina se viste de sutileza: los platos clásicos —boeuf bourguignon, entrecôte con salsa café de París, pato a la naranja— llegan con un guiño limeño, mientras los fettuccine con ragú de osobuco o el coq au vin francés recuerdan que la tradición también puede reinventarse. Entre las entradas, tres preparaciones marcan la pauta del placer compartido entre cocina y barra: los champiñones rellenos con crema de espinaca y nueces, gratinados con parmesano; el tartar de trucha, fresco y vibrante con palta, alcaparras, ají limo y emulsión de perejil; y los langostinos à la meunière, bañados en mantequilla, ajo y cítricos, acompañados de una fougasse tibia.

Cada uno de estos platos encuentra su reflejo en la coctelería del lugar, donde el pisco Intipalka se convierte en hilo conductor de sensaciones. Proveniente de los viñedos de Ica, cultivados al pie de los Andes, este destilado encarna la elegancia del desierto: uvas pisqueras cosechadas a mano, fermentación controlada y una destilación paciente en cobre que da origen a un pisco de suavidad excepcional.

El Mosto Verde Quebranta se presenta limpio, brillante, con aromas de frutos secos y un final cálido y prolongado. Ideal para el Pisco Sour clásico, donde su estructura sostiene la espuma cítrica sin perder delicadeza. En cambio, el Acholado Mosto Verde ofrece notas de durazno, miel y flores blancas, perfecto para cócteles de corte más aromático, como el Chilcano o el Exotique, un cóctel de autor que combina pisco acholado, Aperol, cordial de frutos rojos y un toque de absenta.

En Parisien prefieren trabajar con Intipalka porque es constante, equilibrado, y su grado alcohólico más alto les da estructura sin invadir. Y es justamente esa armonía —entre potencia y sutileza— la que define el estilo del restaurante. Parisien no busca deslumbrar, sino hacerte sentir que el placer está en los detalles: en el equilibrio entre lo cotidiano y lo extraordinario, en la simple perfección de un cóctel bien hecho. Visítalos en Av. Felipe Pardo y Aliaga 598, San Isidro.



La fiesta del té Peruano

Por Mariana Mouchard*



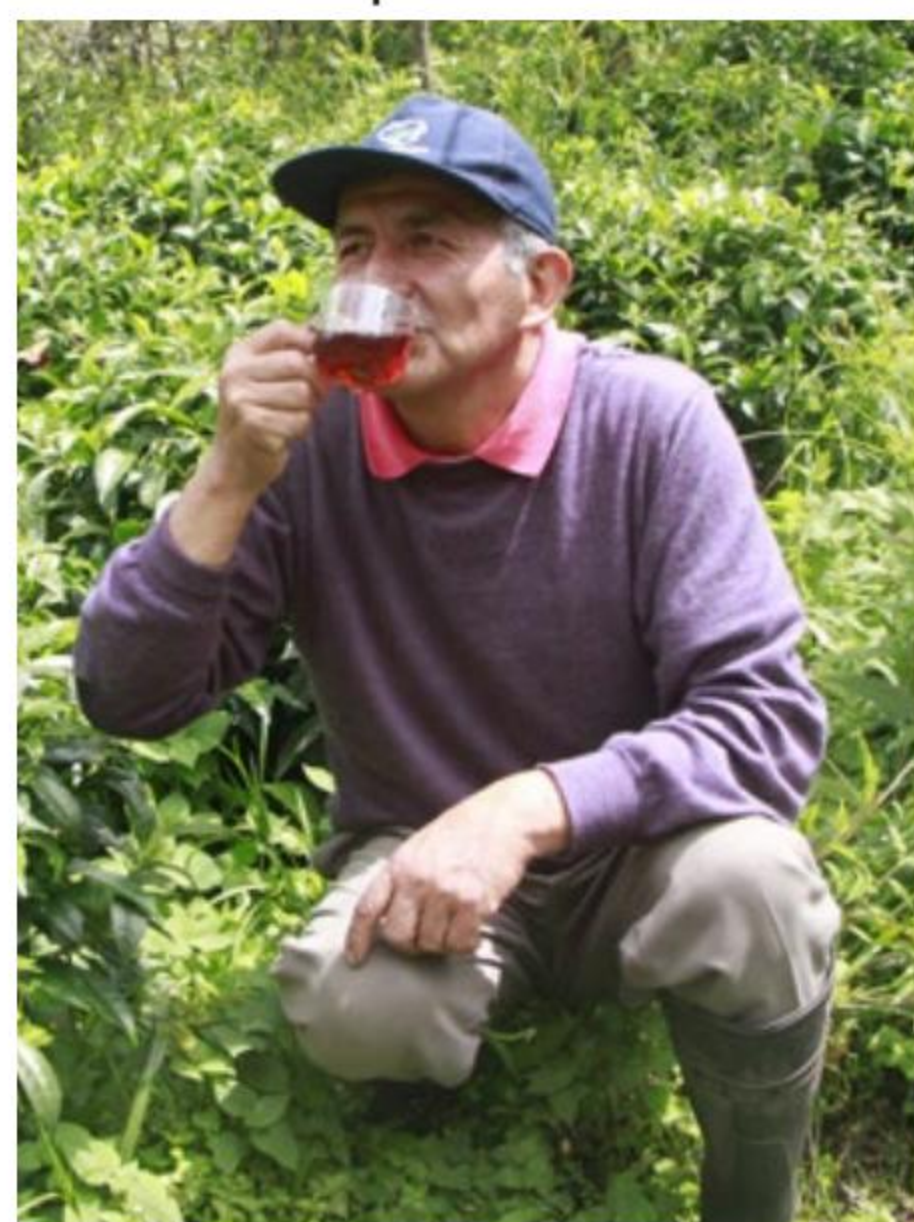
Entre los amantes del té, conocidos tealovers, se sabe que cada 21 de mayo celebramos el día internacional del té, de la infusión de la camellia sinensis, bebida mundialmente famosa como el café y el agua, aquella que cautiva el paladar y el espíritu desde hace 5000 mil años. Sin embargo, son pocos los conocedores sobre la fecha nacional que conmemora la llegada de las semillas a Perú, el día 23 de octubre de 1913 a manos del alguacil Cusqueño llamado Benjamin de la Torre Mar.

En la actualidad, esta celebración busca incentivar el consumo y la producción de té local. En Huayopata, zona donde surgen las primeras plantaciones, se celebra con bailes, ferias, concursos, cánticos, actividades que varían cada año según las iniciativas puntuales de los productores, municipalidades y las diferentes entidades del estado. En otras regiones esta celebración pasa totalmente desapercibida.

Te presentamos a los tealeros huayopatinos que están haciendo historia con su té artesanal, con la esperanza que tu alacena esté surtida de tés, incluido el nuestro, que es orgullo nacional por innumerables galardones y elogios de los más prestigiosos sommeliers de Europa y Latinoamérica. Para que cada octubre, no solo goces del turrón y peregrines con el Señor de los Milagros, sino que recuerdes cómo esta maravillosa planta, desde hace más de 100 años, se asentó con tenacidad en nuestros territorios altoandinos. Las raíces han avanzado profundo no solo en nuestras tierras, sino en las tierras del corazón de aquellos tealeros que apuestan por el té artesanal y siguen luchando por visibilizar la calidad y dedicación que requiere cada proceso para tener producciones que son únicas, tan únicas como una artesanía.

Padre Miguel 'Cada té tiene alma'

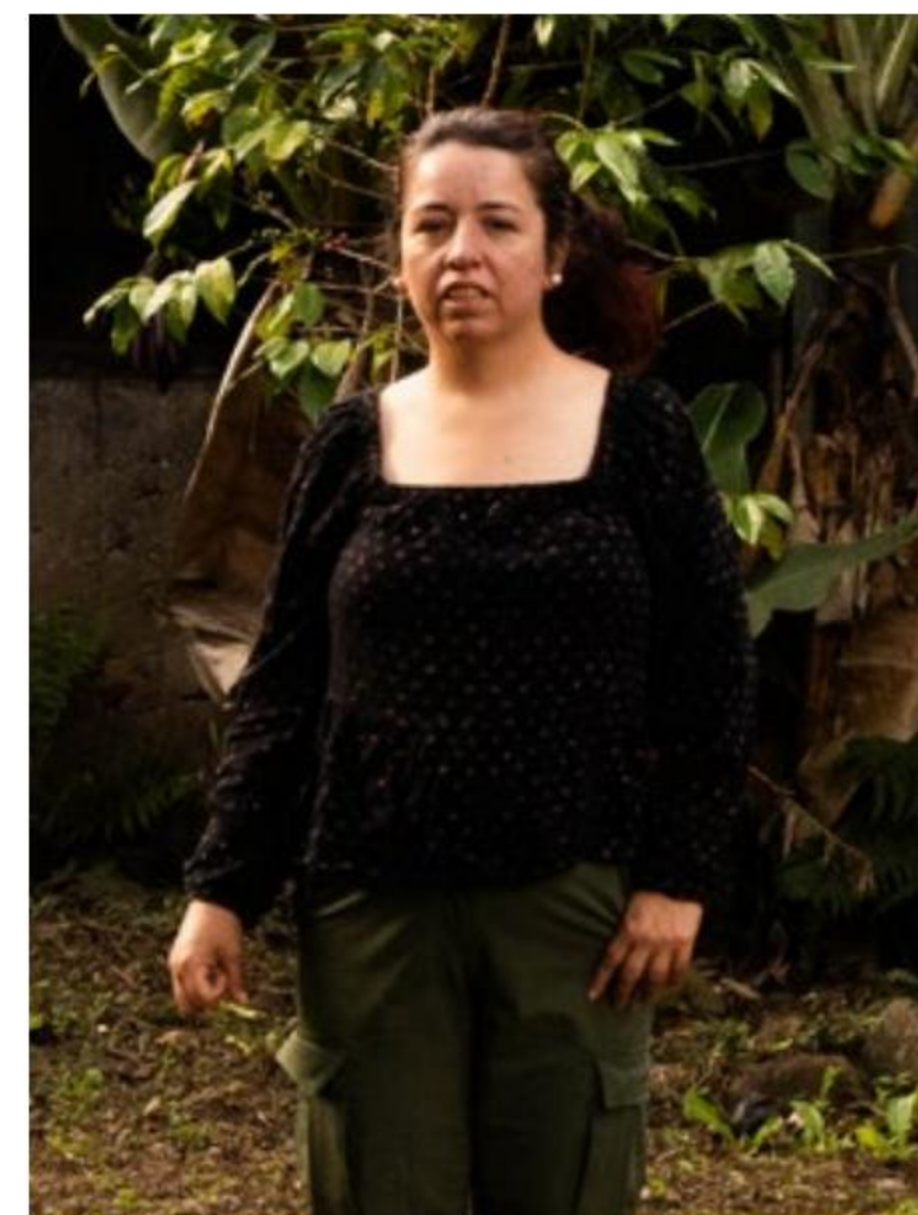
Las plantaciones de té de Padre Miguel Churra se encuentran en Alfamayo a 2600 msnm bajo la sombra de enredaderas de grana-



dillas. Su té verde tiene perfiles florales, vegetales y marinos. Por su parte, el té negro tiene perfiles amaderados, frutales y de rosas rojas.

Nelly Alina Casis

Vive en la antigua fábrica de té de su abuela, Nelly Nuñez del Prado, mujer pionera en la producción semi industrial del té local. Actualmente está explorando la producción artesanal de té verde logrando perfiles a mani tostados, flores tipo jazmin, vegetales al vapor y algas.



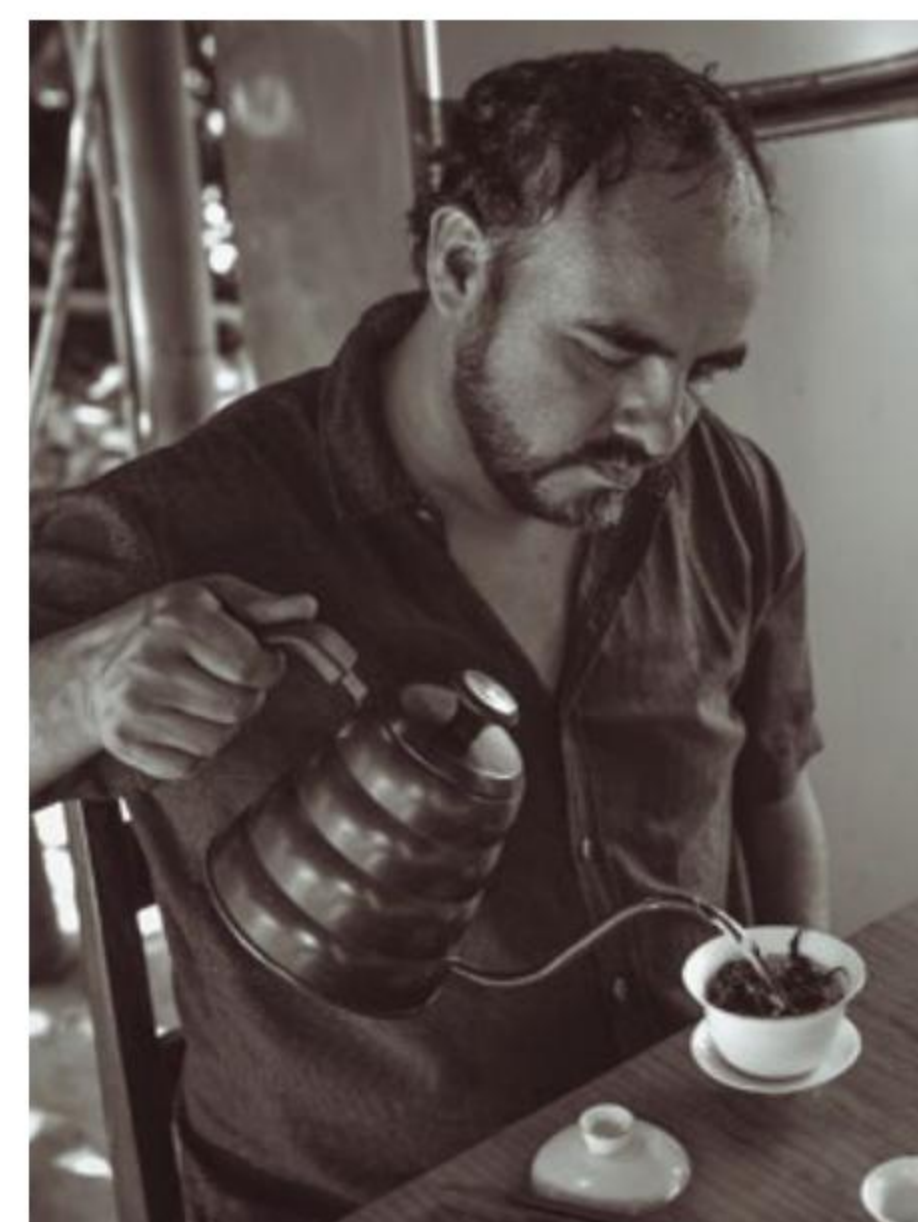
Lauri Ibarra

Lauri es líder por naturaleza, especialista en té blanco. Tiene una parcela en Calquiña a 1600 msnm que está dentro de un humedal de hermosas vistas. Curiosa por naturaleza, está procesando uno de los mejores tés blancos del distrito.



Landers Salas

Landers es conocido por el té negro 'golden' de altísima calidad, sabores frutales y florales que encantan. Además, ha sido el primer productor en tener su té dentro de la carta de un restaurante internacional. Se encuentra en Yum Cha de Chile, alta gastronomía especializada en honrar esta bebida dentro de sus diferentes expresiones culinarias.



* Comunicadora & Sommelier de té
@_venus_en_virgo_



**BEST VODKA
OF THE YEAR
FOR 14 YEARS.
UNRIVALED.**



**BEVERAGE
TESTING
INSTITUTE**

EVALUATED IN BLIND TASTING BY



BEVERAGE TESTING INSTITUTE (BEVTEST). CALIFICACIÓN DE 97 PUNTOS Y MEDALLAS DE PLATINO GANADAS POR VODKA EN 2006, 2007, 2009, 2010, 2014, 2017-2025. REVISIONES DE VODKA REALIZADAS POR EXPERTOS DE BEVTEST EN CATA A CIEGAS.

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

Revistas.PeruRadio.net.pe

El legado de Casa Marín

Felipe Marín lleva el legado familiar a nuevas fronteras con Viñedos Lo Abarca, una línea que reinterpreta el carácter costero de Chile. En Lima, sus vinos encuentran un aliado en Shi Nua, donde la cocina oriental resalta su frescura, mineralidad y espíritu audaz.

Escribe: Valeria Burga / Fotos: Daniel Yong





Tu madre fue la primera enóloga chilena en fundar su propia viña. ¿Cómo empezó este proyecto?

Fue una historia de coraje. Mi mamá, María Luz, conoció Lo Abarca cuando era niña. Mi abuelo —un personaje muy especial, bombero, boxeador y fabricante de colchones— compró un terreno en un remate sin conocerlo. Resultó ser un lugar frente al mar, con quebradas, suelos pobres y un clima fresco. Años después, cuando ella ya era enóloga, volvió y decidió plantar allí. Nadie creyó en el proyecto. Le negaron permisos, no consiguió inversionistas, pero insistió. Creyó en su intuición en ese paisaje imposible.

¿Qué la movía a apostar por un lugar tan extremo?

Justamente eso: el desafío. Lo Abarca no era una zona vitivinícola; tenía suelos calcáreos, un bosque de eucaliptos y una neblina constante. Pero ella vio el potencial de esos suelos blancos, llenos de conchitas marinas, que le dan al vino una mineralidad única. Hoy somos los únicos propietarios de la Denominación de Origen Lo Abarca. Y creo que eso refleja su visión: buscar identidad más que comodidad.



Casa Marín siempre ha trabajado con cepas poco convencionales para Chile. ¿Por qué esa elección?

Sí, hace 25 años nadie pensaba en plantar Riesling o Gewürztraminer en Chile. Tampoco Pinot Noir en un clima tan frío. Pero el terroir de Lo Abarca lo pide. La acidez natural, la frescura y esa tensión que da el viento marino hacen que los blancos y tintos tengan una huella común: elegancia, salinidad y una pureza que viene directamente del suelo. Más que la mano del enólogo, es el lugar el que habla.

Acabas de presentar Viñedos Lo Abarca en Perú. ¿Qué la di-

ferencia del resto del portafolio?

Viñedos Lo Abarca nació en 2010 con un espíritu más vanguardista. Es donde podemos probar nuevas técnicas o clones, buscar otros perfiles. Por ejemplo, el Sauvignon Blanc N°2, que ya está en Perú, es 100% de barrica —algo muy inusual para esta variedad— y tiene una textura más pulida, con acidez controlada. Luego está la Garnacha N°4, fermentada con levaduras nativas y mínima intervención. Es un vino con más agarre, con notas cárnicas y ahumadas, muy propio de un clima frío. Tenemos también el Pet Nat de Syrah, un vino natural, sin sulfitos ni filtración,

que termina su fermentación en botella.

¿Cómo ves al consumidor peruano frente a estos vinos?

Cada vez más curioso y preparado. Me impresiona la cantidad de restaurantes y sommeliers interesados en descubrir estilos diferentes. He visto cómo el público peruano aprecia la frescura y la autenticidad, y eso encaja perfecto con nuestra filosofía. Además, compartir con gente que entiende el vino como parte de la mesa, no como un lujo, me encanta.

¿Qué te inspira a seguir creando dentro de un proyecto tan consolidado?

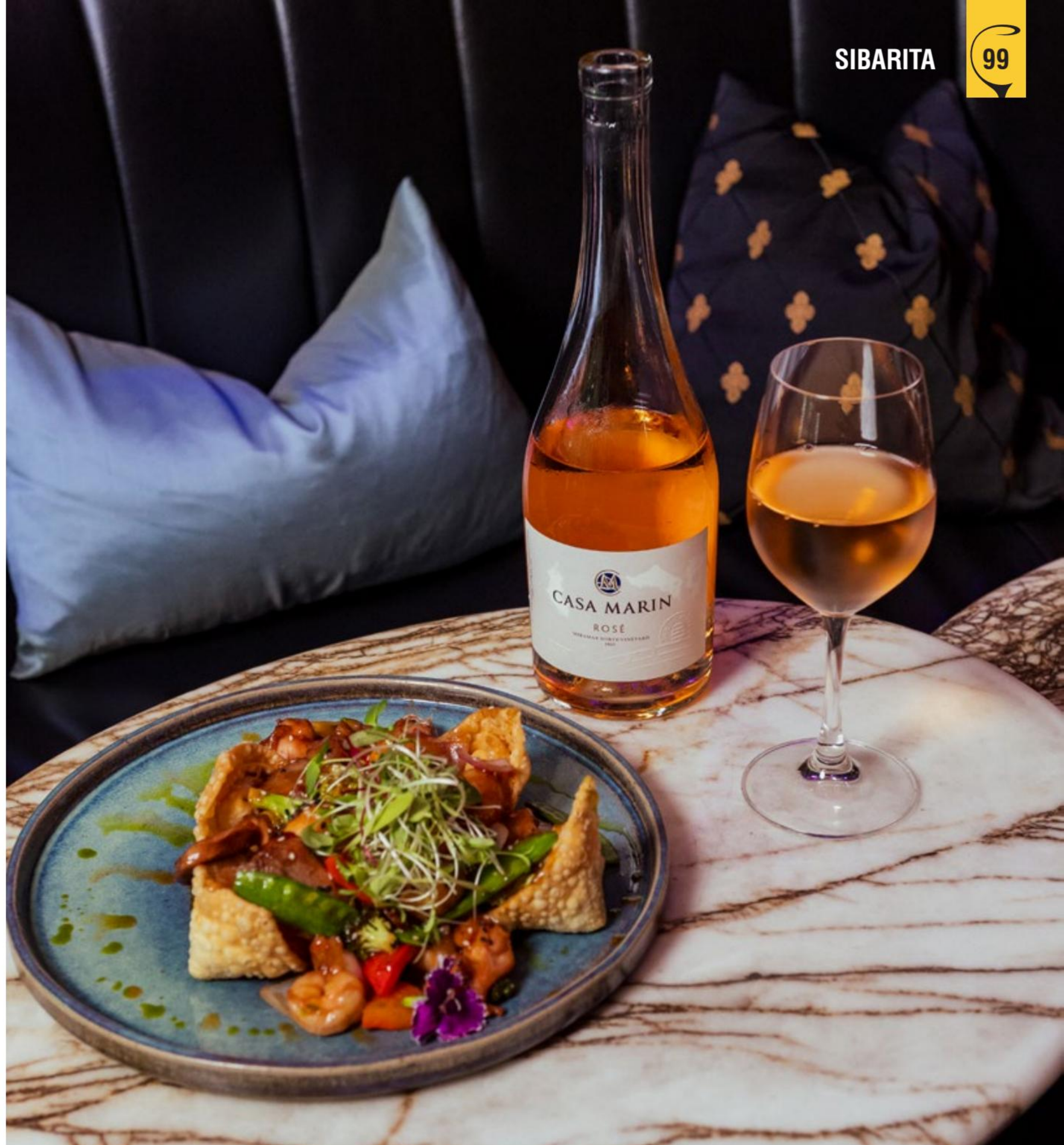
Me encanta probar cosas nuevas, pero lo más importante es man-



tener la calidad y la coherencia. Que cada añada siga contando la historia de este lugar. Lo Abarca es extremo, sí, pero de esa radicalidad nace la belleza de nuestros vinos.

La armonía entre el vino y la cocina de Shi Nua

Durante su paso por Lima, Felipe Marín presentó los vinos de Casa Marín en Shi Nua, un espacio donde la cocina oriental se mezcla con creatividad y técnica. El restaurante propone un diálogo entre Oriente y Occidente. Los clásicos se transforman a través de ingredientes europeos y americanos, así como de otras regiones del lejano oriente. Su estilo combina la elegancia de la alta cocina con la calidez de los



sabores familiares, invitando a los comensales a descubrir una experiencia sensorial moderna y cosmopolita sin perder la esencia del sabor peruano.

La propuesta del chef —bocaditos chinos, dumplings, pato crocante y platos al wok como el chaufa especial o el kamlu wantán chop suey— encontró afinidad con tres etiquetas emblemáticas de la bodega. El Sauvignon Blanc Cartagena, con su frescura y notas cítricas, fue el punto de partida ideal. Su carácter salino acompañó con precisión los dumplings de langostinos y salmón, potenciando la sensación de mar sin opacar los sabores del

sillao y el jengibre.

Luego, el Rosé de Casa Marín, elaborado con Syrah, Garnacha, Pinot Noir y un toque de Riesling, resultó un maridaje sorprendente para el kamlu wantán. La fruta roja y la acidez equilibrada del vino limpian el paladar frente al tamarindo y las proteínas del plato. Finalmente, el Pinot Noir Litoral cerró la experiencia junto al pato rostizado al ajo crocante. Su elegancia, profundidad y notas de piedra mojada reflejan la identidad de Lo Abarca: vinos con alma oceánica, capaces de dialogar con sabores complejos sin perder su sutileza.



Disfrutar de la vida

Con autenticidad, pasión y una pizca de humor, Andrea ha convertido su amor por la comida en una experiencia que conecta sabores, emociones y personas. Desde sus primeras salidas con su abuelo hasta ser una de las creadoras gastronómicas más influyentes del país, nos cuenta cómo el placer de comer puede convertirse en un estilo de vida.

Escribe: Kevin Aliaga

¿Cómo nació la idea de crear @pacomerypunto?

La idea nació de forma muy orgánica. Desde niña disfrutaba salir a comer con mi abuelo italiano, un amante de la buena mesa. Él me enseñó a probar de todo y a disfrutar cada experiencia alrededor de la comida. Con los años, seguí esa costumbre con mi familia y, ya de adulta, comencé a compartir mis recomendaciones en redes. Mis amigos me animaron a crear una cuenta solo para eso y así nació Pa' Comer y Punto en 2018. Lo que empezó como un hobby terminó convirtiéndose en parte esencial de mi trabajo y de mi vida.

¿Qué fue lo más difícil al inicio de tu carrera como creadora de contenido?

Mantener mi propio estilo. Al principio sientes presión por seguir tendencias o fórmulas para “funcionar”, pero siempre aposté por ser fiel a mí misma. También fue un reto hacerlo todo sola: grabar, editar, responder mensajes y negociar con marcas. Con el tiempo aprendí a organizarme y ahora tengo un pequeño equipo, aunque sigo involucrada en cada detalle. Lo importante es disfrutar del proceso sin perder tu esencia.

¿Qué significa para ti “comer y punto”? ¿Hay una filosofía detrás de ese nombre?

Es una filosofía de vida: disfrutar sin culpas. El nombre viene de la idea de “comer, disfrutar y ya está”. No hay que justificar el placer de comer. Para mí, Pa'

Comer y Punto simboliza vivir el presente, saborear lo simple y disfrutar sin remordimientos.

¿Cómo eliges los restaurantes o marcas con los que colaboras?

Siempre elijo desde la verdad. Si algo no me convence, no lo publico. Creo que la autenticidad se nota: en la expresión, en la emoción, en cómo cuentas las cosas. Si algo puede mejorar, doy una opinión constructiva, nunca destructiva. Esa honestidad genera confianza con mi comunidad. Solo trabajo con marcas que realmente me representan y van con mi estilo.

¿Qué aspectos son esenciales para mantener la autenticidad en redes?

Ser tú misma. Suena fácil, pero



no lo es en un entorno lleno de comparaciones. Si intentas sostener un personaje, tarde o temprano se cae. En mis redes muestro lo real: errores, risas, momentos espontáneos. La autenticidad también es recordar por qué empezaste; en mi caso, compartir la conexión humana que existe detrás de la comida. La gastronomía une, emociona y cuenta historias.

¿Qué opinas del impacto que tienen los foodies en la industria gastronómica actual?

Somos un puente entre la cocina y la gente. Nuestro trabajo es acercar experiencias reales, no solo mostrar un plato bonito. Cuando comunicas con ética y sin exagerar, ayudas a visibilizar propuestas auténticas y a democratizar la gastronomía. Hoy, gracias a los foodies, más personas pueden conocer y disfrutar experiencias culinarias sin que sean exclusivas.

¿Cómo manejas la presión de mantener una imagen constante en redes sociales?

Busco el equilibrio. Las redes son parte de mi trabajo, pero no mi vida entera. Me permito pausas para reconectarme y no forzar publicaciones. Cuando trabajas

desde la autenticidad, la presión disminuye. Me gusta cuidar los detalles, las tomas, la edición, la estética, pero desde el amor por lo que hago, no desde la exigencia.

¿Qué plato o experiencia gastronómica te ha marcado más en tus viajes o reseñas?

Una de las más memorables fue en Cocina Clandestina, de Hans Puehler y Regina. Es una experiencia multisensorial donde cada plato sorprende y emociona. También he disfrutado la gastronomía de Argentina y Brasil, siempre buscando lo regional. Cada viaje me enseña algo nuevo sobre la identidad y el alma de la comida.

¿Qué tendencias gastronómicas crees que dominarán en los próximos años?

La gastronomía será más consciente y sostenible, con foco en productos locales y respeto por



los ingredientes. También veremos más fusiones entre lo tradicional y lo moderno: reinterpretaciones creativas que mantienen la esencia de la cocina original.

¿Qué restaurantes peruanos consideras imperdibles?

Matsuei, por su impecable sushi tradicional; Isolina, por su auténtica comida criolla; y La Carreta, un clásico de carnes con constancia y sabor. Entre los más nuevos, recomiendo *La Pescadería* en San Isidro, fresca y alegre, y *Rastro*, que fusiona lo peruano con lo contemporáneo, como su ceviche con leche de tigre de chicha morada.

¿Cómo es tu proceso al crear contenido, desde la idea hasta la publicación?

Dejo que la experiencia me inspire. Pocas veces llevo una idea rígida; todo fluye mientras vivo el momento. Observo los platos, los colores, los sabores, y pienso



cómo transmitir ello. En la edición cuido el ritmo, la música y los detalles visuales. Soy muy perfeccionista, pero sin perder la naturalidad. También investigo cada restaurante antes de grabar para conocer su historia y propuesta.

¿Qué herramientas usas para mantenerte organizada y creativa?

Mi calendario de contenido es clave. Ahí organizo todo: colaboraciones, recetas y publicaciones. También uso notas y checklists en el celular. Para editar, CapCut e InShot. La creatividad

la mantengo saliendo, probando cosas nuevas y conversando con colegas. Las mejores ideas llegan cuando no las buscas

¿Qué consejo darías a los jóvenes que quieren dedicarse a esto?

Sean ustedes mismos y sigan estudiando. La formación marca la diferencia. Yo estudié publicidad, marketing y gestión comercial, y me capacité en marketing gastronómico y liderazgo. Aprender te da base y valor agregado. No se trata solo de crear por crear, sino de hacerlo con propósito y conocimiento.

Un pisco que habla en voz baja

Por Livio Pastorino Wagner*

Otra de las uvas pisqueras no aromáticas o menos aromáticas es la Mollar. Esta variedad, junto con la Listán Prieto o Negra Criolla, dio origen por mutación a nuestra emblemática uva Quebranta. Como todas las uvas pisqueras, llegó a Perú con los españoles en el siglo XVI, probablemente desde las Islas Canarias o Andalucía. Se cree que su nombre deriva de 'mollar' (del latín mollis, suave), en alusión a la textura de su pulpa o de su cáscara. Sin embargo, también existe otra versión interesante. Durante el curso de Especialista y Catador de Pisco en el Instituto del Vino y del Pisco (IDVIP) realicé un trabajo sobre la uva Mollar, en el que encontré una explicación distinta: el nombre provendría de la manera de conducir los viñedos con estacas del árbol de molle, lo que habría dado lugar al término 'molle-mollar'

La Mollar peruana es una variedad tradicional cuya identidad genética podría estar vinculada a la Mollar Cano (registrada con el número de acceso 7929 en el Vitis International Variety Catalogue, VIVC). Sin embargo, su uso en el pisco es único gracias al terruño peruano. Aunque es menos cultivada que la Quebranta o la Italia, en los últimos años algunas bodegas han apostado por producir piscos puros de Mollar, rescatando su singularidad. En mi opinión, los valles del sur de la región Lima elaboran los mejores piscos Mollar, sin desmerecer los de Ica. En el resto de regiones pisqueras, dentro de las variedades menos aromáticas, destacan la Negra Criolla, la Quebranta y la Uvina (esta última circunscrita a tres distritos de Cañete, región Lima).

La Mollar contribuye de manera decisiva a la diversidad del pisco y a la consolidación de su identidad nacional. No olvidemos que en 2024 el pisco fue reconocido por la UNESCO como parte del Programa Memoria del Mundo, lo que refuerza aún más su valor cultural. Su rendimiento es moderado (menor que la Quebranta, pero mayor que la Uvina), lo que la hace especialmente valiosa para elaborar piscos de alta calidad, en particular el Mosto Verde. En los últimos años, productores de Lima e Ica han experimentado con mono varietales de Mollar para destacar su perfil único, generando interés en mercados internacionales que valoran la autenticidad.

Perfil sensorial de los piscos Mollar

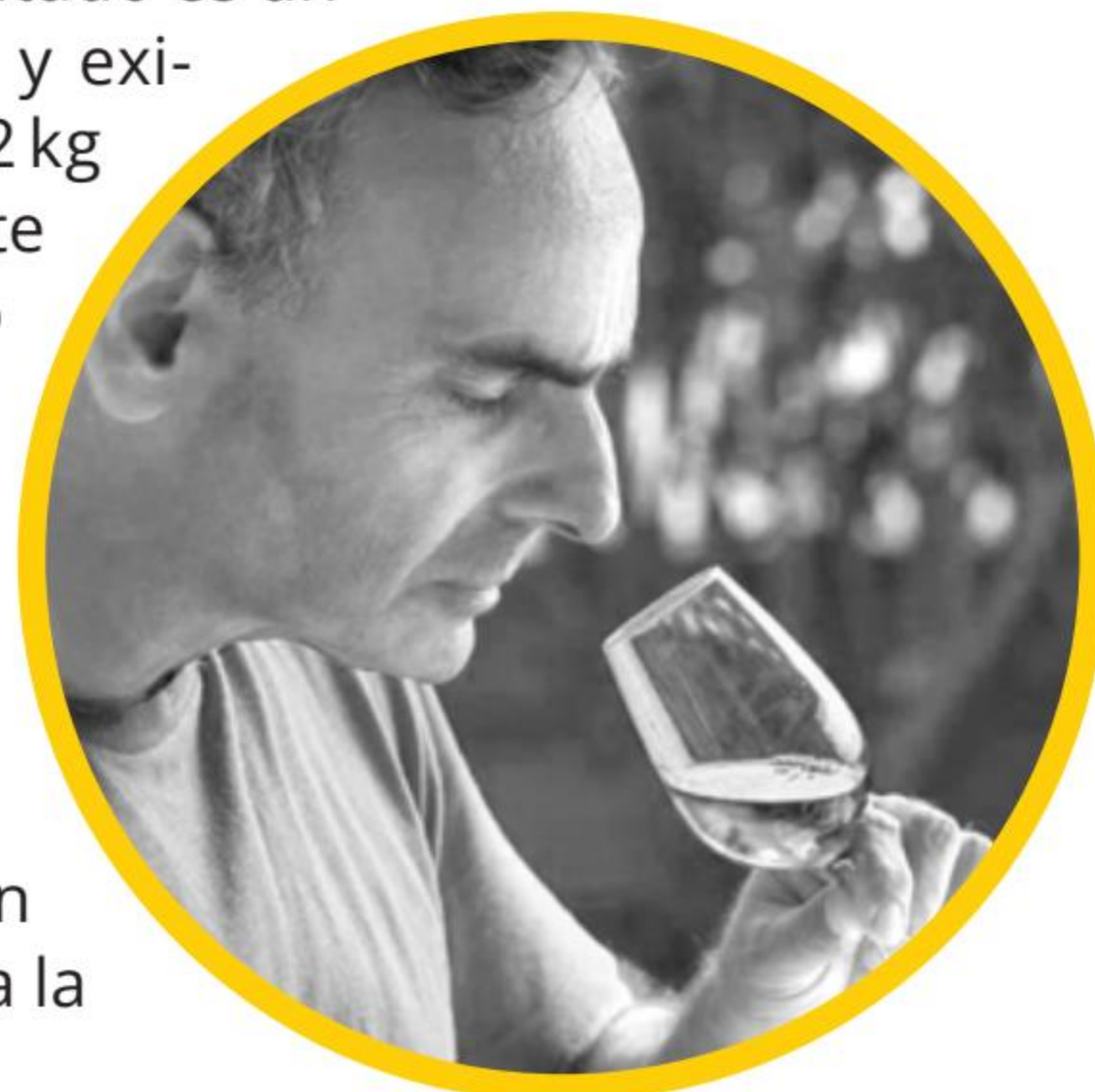
Desde mi experiencia —recordando que en la cata nada está dicho y todo es discutible—, el pisco Mollar tiene un perfil aromático muy similar al Quebranta, lo que suele confundir. Solo hay un detalle que me sirve de referente: un ligero dulzor que percibo en la Mollar, ausente en la Quebranta.

Descriptorios aromáticos y gustativos más comunes

Aromas: frescos, con recuerdos a fruta blanca (manzana, pera, membrillo), notas herbáceas (hierba fresca), almíbar, pasas negras y una nota ligeramente especiada. Boca: ingreso cálido, alcohol equilibrado, repite lo hallado en nariz (frutas blancas, hierbas, pasas, dulzor), con un final a frutos secos. Si lo comparamos con otras variedades, el Quebranta ofrece un perfil más neutro, plano y potente, mientras que la Italia resalta por su carácter floral y aromático. La Mollar, en cambio, es más sutil en nariz, pero con una complejidad en boca que hace a este pisco ideal para disfrutarlo puro.

La Mollar en acholados y mostos verdes

En las mezclas, la Mollar aporta cuerpo y estructura, suavizando notas intensas de uvas aromáticas como la Torontel o la Moscatel. Por ejemplo, un Acholado (Blended) con 60% Mollar y 40% Italia ofrece un equilibrio perfecto entre notas frutales dulces y un carácter robusto. En el caso del pisco Mosto Verde de Mollar, así como en los Acholados de Mostos Verdes —piscos difíciles de encontrar, aunque no imposible—, el resultado es un destilado más costoso y exigente (requiere hasta 12 kg de uvas por litro, frente a los 6-8 kg de un pisco puro). Su perfil es más elegante, con recuerdos a notas tostadas y fruta confitada, y en boca un final untuoso y sedoso. Disfrutemos siempre del pisco con responsabilidad. ¡Hasta la próxima!



Sommelier, Especialista y Catador de Pisco
Registro: CRDO-PISCO 2020 RCO-034-2011
www.liviopastorino.com
[@elmagozurdo](https://twitter.com/elmagozurdo)